brother
At your side.

ブラザーグループCSR報告書

Corporate Social Responsibility Report

2006

目次

トップメッセージ 02

ブラザーグループについて

グループ概要 04
ブラザー工業のコーポレート・ガバナンス／会社概要 06
事業紹介 08
事業活動全体に一貫したマネジメントシステム 10
中長期ビジョンと3ケ年戦略 12

ブラザーグループのCSR

ブラザーグループのCSR経営 14
対談 16
特集［お客様満足（CS）／従業員満足（ES）への取り組み］ 20

お客様とともに 24
従業員とともに 30
株主とともに 36
パートナーとともに 38
社会とともに 40
環境とともに 44

読者とのコミュニケーション／編集方針 52
ブラザーグループ CSR報告書 2006について 54
（第三者のご意見）
ブラザーグループのあゆみ 55
技術と製品の歴史 56

本冊子の報告範囲と期間

対象組織：ブラザー工業株式会社および国内・海外グループ会社
対象期間：2005年度（ブラザー工業および国内グループ会社は2005年4月1日～2006年3月31日、海外グループ会社は2005年1月1日～12月31日）および、発行（2006年7月）までの重要事項

参考にしたガイドライン

GRI（グローバル・リポーティング・イニシアティブ）
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」
※この報告書の制作にあたっての考え方は53ページに掲載しています。

ウェブサイトにも同内容の情報を掲載しているほか、web マークのついている項目については、より詳しい情報／データを掲載しています。
http://www.brother.co.jp/jp/csr/
また★印の付いた用語については、別添用語説明に掲載しています。

At your side.

お客様の声に、そして社会の期待に応えつづけます。

brother

● トップメッセージ

企業の存在価値を
問われる時代だからこそ
“ ブラザーらしさ ”を発揮して

ブラザーグループが世界各地で事業を展開する中で、その存在や活動が、想像以上に地域の雇用・経済・文化・環境などに影響を与えていることにしばしば気付かされます。激しいグローバル競争の中で、法令・企業倫理の順守はもちろん、幅広い社会的責任（CSR）が問われるのには、こうした背景があります。

ブラザーグループは、1954年にアメリカに販売会社を設立以来、多様な人々や地域社会と接する中で、優れた製品・サービスを提供するとともに企業市民として社会に貢献することが、存続と成長に欠かせないことを学んできました。すべての行動をお客様の視点から考える“ At your side ”の企業文化を定着させる、「CS（お客様満足）経営（→P14、20）」の考え方も、そうした歴史から生まれたものであり、ブラザーグループの財産でもあります。

そして2006年度、“ At your side ”の考え方を基本に、企業価値を継続的に向上させ、関わるすべての人々から尊敬され、従業員にとって「誇りの持てる企業」となるために、めざすべき指針として「CSR経営（→P14）」を打ち出しました。これは私たちが育んできたブラザーグループらしい企業行動をより強く発揮して、「モノ創りを通して優れた価値を創造し、迅速に提供する」（グローバル憲章※*）という使命を達成しようとするものです。

そのためには、従業員一人ひとりがグローバルな視点を持ち、傑出した固有技術を磨きつつ、自律的に行動しなければなりません。そして、より多くの人々と対話を深めていくことが重要です。今回、このようなブラザーグループにおけるCSRの考え方をより明確にするために、この報告書の名前を「社会・環境報告書」から「CSR報告書」に変えました。どうかブラザーグループのCSR活動に率直なご意見をいただき、発展途上にある私たちの力とさせていただければ幸いです。

ブラザー工業株式会社
代表取締役社長

平田誠一

グローバル憲章を指針に
皆様と豊かな「共生（ともい）き」の関係を

ブラザーグループが事業活動の指針としている「グローバル憲章」は、順風の時代にできたものではありません。事業を再構築しながらグループを再編しつつあった先行き不透明な時代にあって、「グローバル化の中で全体最適を図りながら、グループとして成長していくための基本方針が不可欠」と考え、2年間議論を重ねてつくりあげたものです。

その過程で私たちが再確認したのは、「常にお客様の視点で物事を考え、優れた製品やサービスを開発して新しい価値を創造し、迅速に提供すること」であり、それを実現することでブラザーグループは成長し、従業員も自らの夢を叶えられるという考え方です。いわば、モノ創り企業の原点であり、事業活動の基本とも言うべきものですが、人はともするとこうした当たり前のことを忘れて謙虚さを失います。すると、たちまち進歩は止まり、市場から見放されてしまいます。

一方、“ 私たちはお客様によって生かされている ”という考えを持つことで、自ずと発想も行動も違ってきます。これが「共生き」という考え方であり、“ At your side ”という言葉にも、その意味が込められています。「お客様」を「環境」という言葉に置き換えれば、製品開発や生産活動における環境配慮の重要性が自然に理解できます。

つまりCSR経営の実践により、ブラザーグループが関係している方々と信頼関係を構築しつつ成長していくというのは、ブラザーグループが多くの人々に支えられ、生かされていることを感じながら、事業活動を通じて社会に貢献していくことなのです。

私は、グループの従業員一人ひとりが、それを認識して自らの課題を誠実に着実に解決していくことで、従業員、さらには地域社会にとって“ 存在することが誇らしいブラザー ”の姿が見えてくると確信しています。

ブラザー工業株式会社
代表取締役会長

安井義博

※グローバル憲章の詳細は http://www.brother.co.jp/jp/aboutbrother/socienvi/co_socienvi_ove1.html にてご覧ください。

ブラザーグループについて

グループ概要

ブラザーグループは、グループ本社であるブラザー工業が中心となり、中国やマレーシア、アメリカ、日本などにある工場で生産された製品を、世界32の国・地域にある18（ブラザー工業の5工場を含む）の生産拠点と39の販売拠点（2006年5月現在）を通じてお客様にお届けしています。グループ全体としてのガバナンス（統治）は、グループ各社の経営重要事項を含めたグループ経営戦略についてブラザー工業の経営会議（戦略会議）で審議するのをはじめ、内部監査体制の構築や主要グループ会社への役員派遣などを通じて行っています。

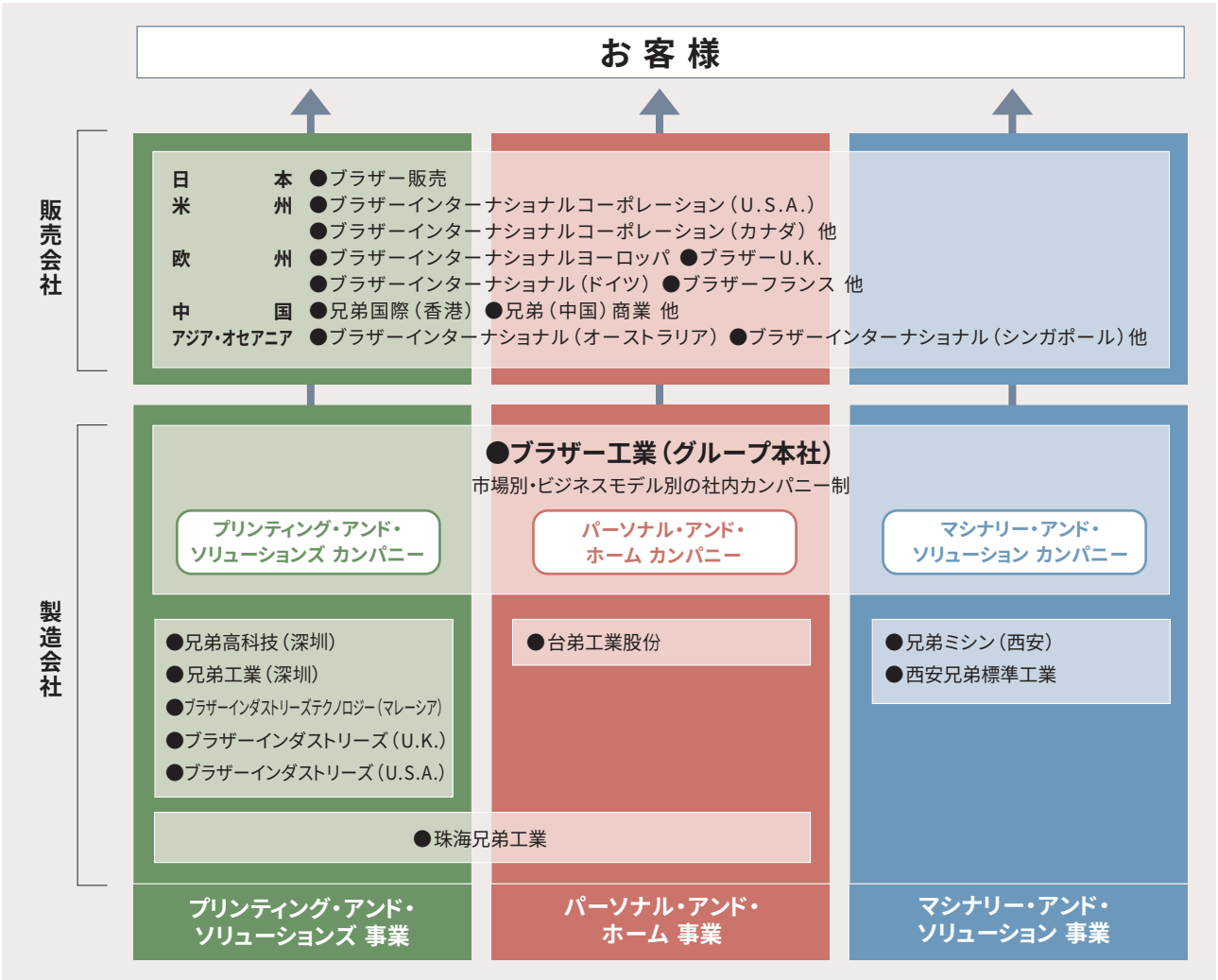
また、コンプライアンスや情報セキュリティなどについても、ブラザー工業が中心となり、グループ全体での展開を行っています。

■ **連結業績**（2005年度）

売　上　高	5,792億円
営 業 利 益	450億円
経 常 利 益	422億円
当期純利益	246億円

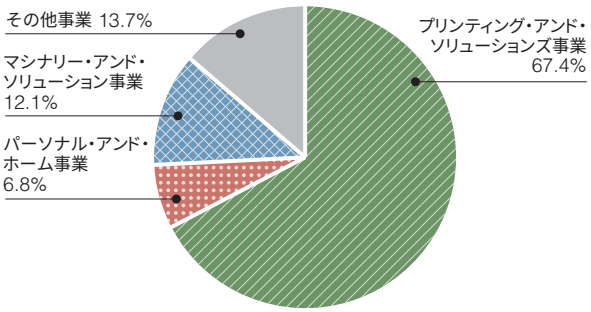
※一部連結子会社の決算期変更
ブラザーグループは、グローバル経営のより一層の推進を図るため、海外を中心とした12月31日を決算とする一部連結子会社の決算期を変更し、親会社であるブラザー工業の決算期（3月31日）に統一しました。これにともない、2005年度連結業績には一部連結子会社の決算期変更にともなう移行期分（3ケ月分）を算入しています。

ブラザーグループの全体像

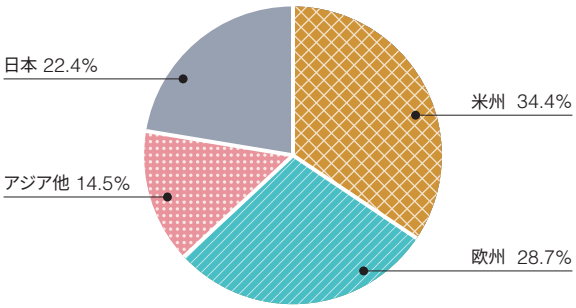


※社名は2006年7月1日現在
※各事業内容については8ページをご参照ください。

■ 事業分野別売上高構成比（2005年度）

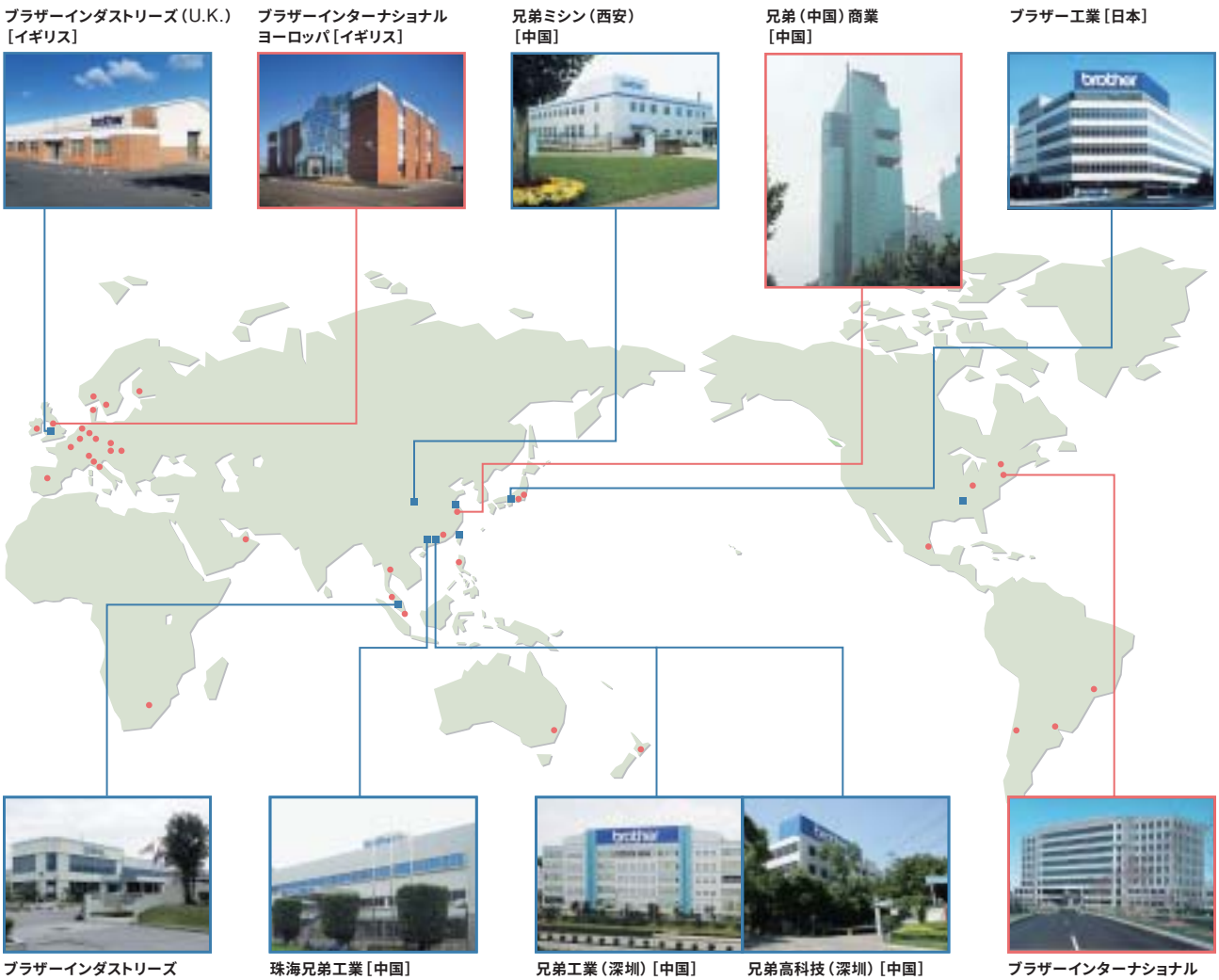


■ 市場別売上高構成比（2005年度）



※「事業セグメント別売上高構成比」および「市場別売上高構成比」は、一部連結子会社の決算期変更にともなう移行期分を除いた数値で算出しています。

ブラザーグループの主要生産・販売拠点



■ 生産拠点　● 販売拠点

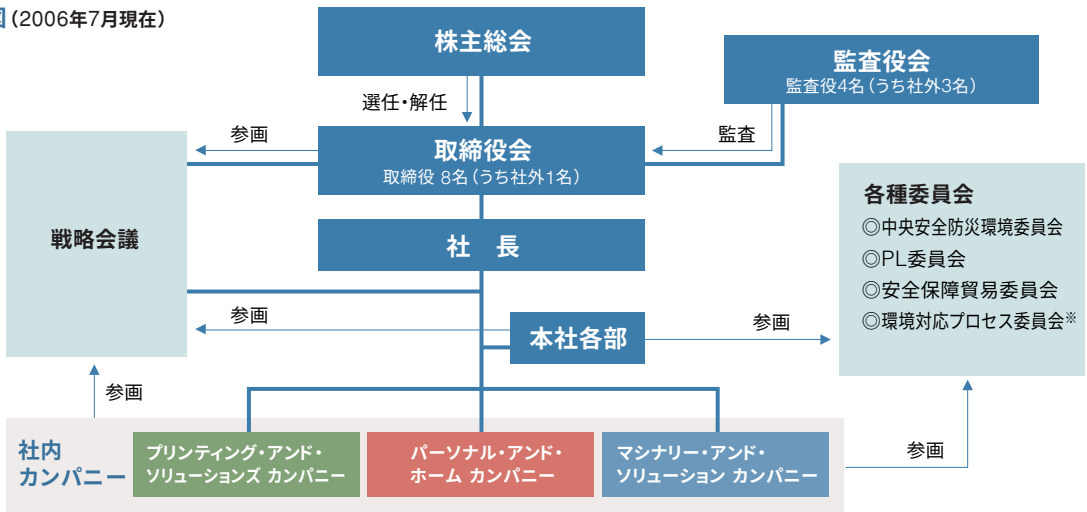
※ブラザーグループの主要拠点一覧は
http://www.brother.co.jp/jp/aboutbrother/data/co_data_ove3.html をご覧ください。

ブラザー工業のコーポレート・ガバナンス／会社概要

コーポレート・ガバナンス*

ブラザー工業では、ガバナンスの基本として「監査役制度」を選択し、監査役（社外監査役を含む）は取締役会などの重要な会議に出席して独立した視点で取締役の職務執行を監査する体制を整えています。また「執行役員制度」によって、取締役は経営上の重要事項の決定と業務執行の監督を、執行役員は戦略立案・業務執行を担当する体制を敷いています。これによりグローバル規模で急激に変化する経営環境に対し、迅速な意思決定とオペレーションを行っています。

■ガバナンス体制図（2006年7月現在）



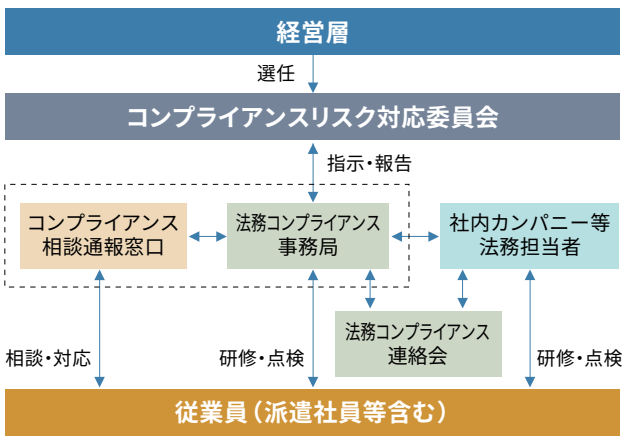
※ブラザーグループ全体で取り組まなければならない環境課題に対する施策を審議・決定する会議体で、環境担当役員が委員長をつとめます。

コンプライアンス*の徹底

社会的責任を果たすための基本は、ステークホルダー*の方々との信頼関係です。それを維持・向上していくにはコンプライアンス（法令・倫理の順守）に裏打ちされた従業員一人ひとりの正しい行動が不可欠であり、その徹底こそがさまざまなリスクを回避する柱となります。ブラザー工業では、「グローバル憲章」の行動規範に「順法精神と倫理観」の重要性を説き、従業員の行動指針としています。そして、担当役員を長とする「コンプライアンスリスク対応委員会」を設置し、また従業員には相談窓口を記した事例集を配付するなどして、不祥事の未然防止につとめています。

2005年度には、ブラザー工業・各社内カンパニー・主要グループ会社の法務担当者で構成する「法務コンプライアンス連絡会」を新設し、リスク管理の体制強化を図りました。また倫理意識の向上を図るため、階層別・職場別のコンプライアンス研修に力を注ぎ、これまでに約5,500名が受講、考え方や一般的な事例の紹介を通じて浸透・定着を図りました。

■コンプライアンス推進体制



情報セキュリティ体制の強化

ブラザー工業では、技術情報（開発・生産・調達など）、販売情報（お客様・小売店など）、企業情報（人事・財務など）をはじめ多岐にわたる情報を取り扱っています。これらはブラザーグループの貴重な資産であると同時に、その管理・保護は重要な社会的責任であり、“ At your side ”に基づく経営品質を維持するための基盤と位置付けています。この認識のもと、2001年に情報セキュリティ基本方針を定め、第三者適合性評価制度「情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）」に準拠した規程や運用ルールなどを順次整備し、展開しています。
2005年度は、個別に設定していた情報管理に関する規程をグループ全体の包括規程として見直すとともに、全情報を4段階に再整理し、管理の強化を図りました。

情報セキュリティ基本方針

1.情報セキュリティポリシーにおいて、当社の情報及び情報システムを様々な脅威から保護する為の情報セキュリティに対する当社の取り組む姿勢を明確にする。
2.情報セキュリティポリシーは、ブラザー工業ISMS責任者が決裁し、全ての就業者及び情報取扱者に周知徹底する。
3.情報セキュリティポリシーに基づき、全社体制でブラザー工業ISMSを構築し、継続的に運営し、定期的に見直す。
4.情報及び情報システムのセキュリティを確保することにより、日々の業務活動における情報システムの利便性を確保し、情報システムを安全に活用できるようにする。
5.情報及び情報システムは、その重要性に応じたセキュリティ対策を講じ、必要な安全性を確保する。様々な脅威へのセキュリティ対策を選択するにあたっては、コストと効果とのバランスを考慮する。
6.ブラザー工業ISMSには、ブラザー工業及び別途定める適用子会社までを適用範囲に含める。

個人情報の保護

ブラザー工業では、2004年度に「個人情報管理規程」を制定し、お客様の個人情報の取り扱いに関するルールを定めました。2005年度には「個人情報ハンドブック」をグループ全従業員に配付するとともに、お客様向けに「個人情報お問い合わせ窓口」を開設しています。
しかし、この間にグループ会社であるブラザー販売ではお客様台帳紛失、事務所荒らしによるパソコン盗難事件が発生したことから（http://www.brother-hanbai.co.jp/announce/index2.html および、昨年度報告書にて詳述）、全従業員の誓約書の提出、小集団活動による再研修、リーダー教育、パソコンへの「指紋認証システム」の導入などの改善活動を行っています。

会社概要

会社情報（2006年3月31日現在）

商　号　ブラザー工業株式会社（BROTHER INDUSTRIES, LTD.）
本　社　〒467-8561　名古屋市瑞穂区苗代町15番1号
TEL:052-824-2511（代表）

設　立　1934年1月15日
資本金　19,209,887,693円
従業員　22,107名（連結）　2,846名（単独）

役　員（2006年6月23日現在）

［取締役］
安井　義博　代表取締役会長
平田　誠一　※代表取締役社長
小池　利和　※代表取締役　専務執行役員
花沢　祐治　※取締役　専務執行役員
石川　茂樹　※取締役　常務執行役員
小池　幸文　※取締役　常務執行役員
古河　勇治　取締役
中村　利雄　取締役

※印の取締役は執行役員を兼務しています。
中村利雄は社外取締役です。

［監査役］
藤嶋　喬　※常任監査役（常勤）
杉坂　光一　監査役（常勤）
滝沢　正明　※監査役
山﨑　克之　※監査役

※印の監査役は社外監査役です。

［常務執行役員］
大門　悟
末藤　昭詔

［執行役員］
片山　俊介
高次　正樹
浅井　侯序
長谷川友之
大島　伸康
石川　博
藤井　宗高

事業紹介

P&S プリンティング・アンド・ソリューションズ 事業

（取り扱い製品）

ファクス・プリンタ・デジタル複合機*・
電子文具・タイプライター

プリンティング・アンド・ソリューションズ 事業

プリンティング技術を追求し、ワークスタイルの革新を提案します。代表的な製品としては、高速・高画質を追求したプリンタ、ファクス、プリンタ・コピー・スキャナなどの機能を一台に搭載したデジタル複合機、また、全世界で高いシェアを誇るラベルライターなどがあります。これらの通信・プリンティング機器で、SOHO（スモールオフィス・ホームオフィス）や企業内グループに便利で快適なプリンティング・ソリューション*を提供しています。

レーザー複合機　MFC-7820N

薄型デジタル複合機　MFC-840CLN

ラベルライター　ピータッチ24

パーソナルファクス　FAX-360DW

P&H パーソナル・アンド・ホーム 事業

（取り扱い製品）
家庭用ミシン

パーソナル・アンド・ホーム 事業

家庭用ミシンや刺しゅう機を中心としたソーイング関連の製品とサービスで手づくりの楽しさを提案します。従来型のミシンに加え、パソコンを介してインターネットに接続する“ ソーイングステーション ”など、ITを活用した製品とサービスを通して手づくりの新しい可能性を広げます。

ソーイングステーション
Innovis N80α

コンピュータミシン
Mure I

M&S マシナリー・アンド・ソリューション 事業

（取り扱い製品）
工業用ミシン・工作機械

マシナリー・アンド・ソリューション 事業

工業用ミシンと工作機械を通して、生産現場のお客様に「真に満足できるソリューション」を提供しています。工業用ミシン事業では、使いやすさ、高品質な縫製、省エネルギーを実現した製品でお客様と信頼関係を築いています。また、産業機器事業では、現場での問題を解決する“ One to One Solution Adviser ”として、自動車やハードディスクドライブ、携帯電話などの部品加工業界に最適な工作機械の提案と密着したサポート体制によって、お客様の生産性向上と新たな価値創出をお手伝いします。

電子門止め（かんどめ）ミシン *
KE-430D

CNCタッピングセンター *
TC-22B

ブラザーグループについて

事業活動全体に一貫したマネジメントシステム

お客様の“ 期待 ”を“ 満足 ”へとつなぐ ――
ブラザー・バリュー・チェーン・マネジメント（BVCM）*

ブラザーグループは、「お客様の声」を、企画・開発・設計・製造・販売・サービスなどすべての事業活動の原点と考えています。お客様のご要望やご期待を第一に考えて、新しい価値を生み出し、お届けするために、独自のマネジメントシステム「ブラザー・バリュー・チェーン・マネジメント（BVCM）」を構築・実践しています。

BVCMでは、お客様のもとへより優れた価値をお届けするまでの過程を、「デマンドチェーン」「コンカレントチェーン」「サプライチェーン」の3つのチェーンでつないでいます。常にお客様を中心に考え、ブラザーグループがめざす“ At your side ”の考え方でこの一連の流れを常に進化させながら、より優れた製品・サービスをお届けしていきます。

●製造・物流・販売・サービス

世界各国・地域にあるブラザーグループの18の生産拠点では、部品調達先などパートナーと密に連携しながら、製造工程や品質管理体制を強化し、高品質の製品を生産しています。製品は39の販売拠点を通じて、お客様のお手元に届けられます。そして、インターネットでのオンラインサポートやコールセンターなどを通じて、個々のお客様にご満足いただけるよう迅速・丁寧なサポートを提供しています。

（拠点数は2006年5月現在）

サプライチェーン
価値の伝達

コンカレントチェーンで設計された製品を製造し、製品とサービスを世界中のお客様にお届けします。

●開発設計・生産技術

新しい機能やデザインなど、お客様が求める新たな価値をカタチにするために、試作前・後にシミュレーションやモニター試験を何度も行い、高い品質レベルを実現しながら、スピーディでより効果的な開発設計を行います。そして、超精密加工技術などの生産技術を最大限に活用して、お客様の求める価値を製品としてカタチにしています。

BVCM

ブラザー・バリュー・チェーン・マネジメント

お客様

ブラザーの製品をご購入いただいた「現在のお客様」と、これからブラザーの製品を手にとってくださる「将来のお客様」の声が、すべての事業活動の出発点です。

●お客様の声

お客様との重要な接点であるコールセンター（→P25）には、約12,700件（1日平均：全世界）のお問い合わせやご要望が寄せられます。それらの情報はデータベースに登録し、ブラザーグループ全体でグローバルに共有しています。
（写真はMFCユーザー様）

デマンドチェーン

価値の選択

お客様のご期待やご要望を的確に分析して、お客様の声を最大限に製品づくりにいかします。

●商品企画・研究開発

各国のコールセンターに寄せられたご意見や、販売・サービス活動、市場調査データから得た情報をもとに、営業部門・設計部門が一体となって、“ 製品が使われる環境がどのように変化していくのか ” “ もっと多くのお客様にご満足いただくには何を改良するべきか ”など、さまざまな角度からお客様のご期待・ご要望を分析し、製品コンセプトをつくりあげます。

コンカレントチェーン

価値の創造

デマンドチェーンでまとめられた製品コンセプトを、具体的なカタチにします。

ブラザーグループについて

中長期ビジョンと3ケ年戦略

3ケ年戦略の第2段階へ

ブラザーグループは、1999年に制定した「グローバル憲章」で、「お客様に、モノ創りを通して優れた価値を創造し、迅速に提供すること」が私たちの使命であることを宣言しました。この考え方を基本に、グループのさらなる成長に向け10年後を視野に入れた中長期ビジョン「グローバルビジョン21（GV21）」を2002年度に策定しました。そして、GV21達成に向けてお客様満足を基軸とする3ケ年ごとの戦略を策定し、第1段階として2003年度から「CS B2005」を推進してきました。2005年度はその最終年度にあたり、この3年間の活動を総括するとともに、経営環境の変化や活動の進捗状況を踏まえ、第2段階の「CS B2008」を策定し、取り組みを加速しています。

第1段階 「CS B2005」を振り返って

経営目標に対して

一部の連結子会社の決算期変更の影響を除いたうえで、売上高、利益ともに下回りました。その要因は、通信・プリンティング機器事業での競争激化、過去に生産した製品での不具合の発生など想定外のコスト増などがあげられます。一方、工業用ミシン事業では構造改革の推進により収益性が改善しました。

また財務面においては、安定的な収益構造の構築や財務体質の大幅な改善を達成することができました。

重要課題に対して

財務体質の強化とともに今後の投資に備える準備ができ、高速インクジェットプリンタヘッド、コンテンツ*配信技術など、次世代技術の進展もありました。しかし一方で、この3年間に品質問題、新製品の生産遅れなどの問題が発生するなど、技術基盤の強化が必要となっています。また、新事業のための要素技術*の開発に取り組んできましたが、将来のさらなる成長を実現するためにはまだ十分とは言えません。

このように「将来の成長の基盤づくり」という点が次の3年間に向けて積み残した大きな課題であり、その強化に向け、思い切った開発投資、人材の増強などが必要と考えています。

第2段階 「CS B2008」の取り組みに向けて

創業100周年にあたる2008年をゴールとする新3ケ年戦略では、残された課題を克服しつつ、成長と次の第3段階に向けた準備を両立する「成長のドライブ」をテーマにプリンティング事業での規模を拡大し、市場における優位性を高めるとともに、第3段階におけるさらなる成長に向けた投資を行います。また、新事業の開発・育成投資の同時推進により、事業基盤の構築も進めていきます。「CS B2008」の遂行により、GV21達成に向けた成長に拍車をかけ、第3段階での営業利益率10%以上をめざします。

「グローバルマインドで優れた価値を提供する高収益体質の企業」になる

形だけでなく価値観のグローバル化を進め、あらゆる変化に柔軟に対応し、スピーディに変化しつづけるとともに、高収益かつ強固な財務体質を築き上げます。

独自の技術開発に注力し「傑出した固有技術によってたつモノ創り企業」を実現する

差別化されたコア（核）となる独自技術や特許を保有し、お客様を第一に考えたユニークでオリジナリティーのあるモノ創りを進めます。

「At your side な企業文化」を定着させる

サービスのみならず企画・開発・設計・製造などのあらゆる場面でお客様を第一に考えた企業文化を育成し、お客様から「安心のブランド」として認識されることをめざします。

第3段階（2009〜2012年度）

- プリンティング事業の成長と収益拡大
- 新事業の成長・拡大
- 営業利益率10%以上

グローバルビジョン21

■2008年度の経営目標値

- 売上高 6,000億円
- 営業利益 420億円
- 営業利益率 7.0%
- 当期純利益 260億円

※為替レート：米ドル100円、ユーロ125円として想定

- 研究開発投資 約1,000億円（3年間見込み）
- 設備投資 約875億円（3年間見込み）

■CS B2008での重点施策

1.プリンティング・アンド・ソリューションズ事業の規模を拡大し、市場における優位性を高める

- プリンティングに関する事業を統合し、お客様に最適な製品やサービスを提供できる体制を強化する
- カラー化・複合機化を推進し、「カラーのブラザー」としての地位を確立するとともに、複合機市場においてさらなる市場優位性を獲得する
- 戦略市場（SOHO市場に加えビジネス市場、地域別では米州、欧州に加え、日本、中国）での販売拡大を図る
- ライン型インクジェットヘッドなどの次世代プリンティング技術の開発を進め、2008年度までの事業化をめざす

2.パーソナル・アンド・ホーム事業とマシナリー・アンド・ソリューション事業の収益・キャッシュフローへの貢献

- 収益性を重視し、新事業への投資のためのキャッシュを創出する

3.新事業領域の基盤構築の推進

- NID (Network & Imaging Devices)分野において新事業の開発と育成を進める

4.その他

- CSR経営の推進と定着、コーポレート・ガバナンスの強化を行う

ブラザーグループのCSR

ブラザーグループのCSR経営

創業以来つづくお客様本位の企業文化

ブラザー工業は、「優れた品質　無言の奉仕」という精神のもと、モノ創りをスタートしました。それは、価値の高い製品によって社会に貢献するという使命感を表明したもので、今日の「企業の社会的責任（CSR）」に通じる考え方です。
この思想は、モノ創りによる優れた価値の創造を使命とする「グローバル憲章」や、中長期ビジョン「グローバルビジョン21（GV21）」に受け継がれています。そして、これらはお客様満足の実現を第一と考えるブラザーグループの「CS経営」に集約され、グループ成長の原動力となってきました。

CS経営を進化させたCSR経営へ

2006年度、ブラザーグループは『グローバル憲章』に掲げる「お客様に、モノ創りを通して優れた価値を創造し、迅速に提供する」という企業使命のもと、視点をより広く深く社会に向けた「CSR経営」を打ち出しました。
その考え方は「At your side（＝CS経営）の考え方を基本に、企業価値の継続的な向上を図り、すべてのステークホルダー（お客様・従業員・株主・パートナー・社会）から尊敬され、従業員にとって誇りの持てる企業をめざす」というものです。これはブラザーグループらしいCS経営を進化させ、高いレベルで社会的責任を果たそうとするもので、2008年までに活動の定着と浸透をめざします。

■2008年までに到達したいCSR経営の姿

1. ブラザーグループ全体でCSR経営が事業運営に組み込まれ、体系的に実践されている。
2. さまざまなステークホルダーとの効果的な双方向コミュニケーションが確立している。
3. CSR経営の考え方が従業員に幅広く浸透し、自律的な行動が促進されている。
4. その結果、高いレベルのお客様満足、従業員満足が実現されている。

CSR経営実現に向けた課題と対応

CSR経営のベースとなるのは「コンプライアンス（法令・倫理の順守）の徹底」です。これには「グローバル憲章」の行動規範に定めた従業員の責任ある行動はもちろんのこと、品質などメーカーとしての責任も含まれます。その徹底によりステークホルダーとの信頼関係が生まれ、CSR経営を推進する基盤が形成されるからです。
CSR経営をブラザーグループ全体で推進するには、すべての従業員がCSR経営の考え方を共有し、日常の業務の中で自律的な行動が促進されること、すなわちCSR経営が事業運営に組み込まれることが重要です。
ブラザーグループでは2006年度に「CSR推進部」を新設し、CSR経営がグループ全体に定着・浸透するための重点課題として次の5項目を設定し、取り組みを始めています。

1.CSR経営の考え方を事業運営の中に織り込み定着させる

CSR経営の考え方を明確にするとともに、各グループ会社や各社内カンパニー、各部門の方針にその考え方が反映される仕組みを構築します。

2.グローバルビジョン21の浸透

各グループ会社や各社内カンパニー、各部門のマネージャー層と経営層との辻説法（→P34）によりGV21の共有を進めます。

3.お客様満足・従業員満足の向上

品質やサービスの向上をはじめ、あらゆる段階での価値創出を進化させ、お客様満足を通して従業員の成長と自律を促します。

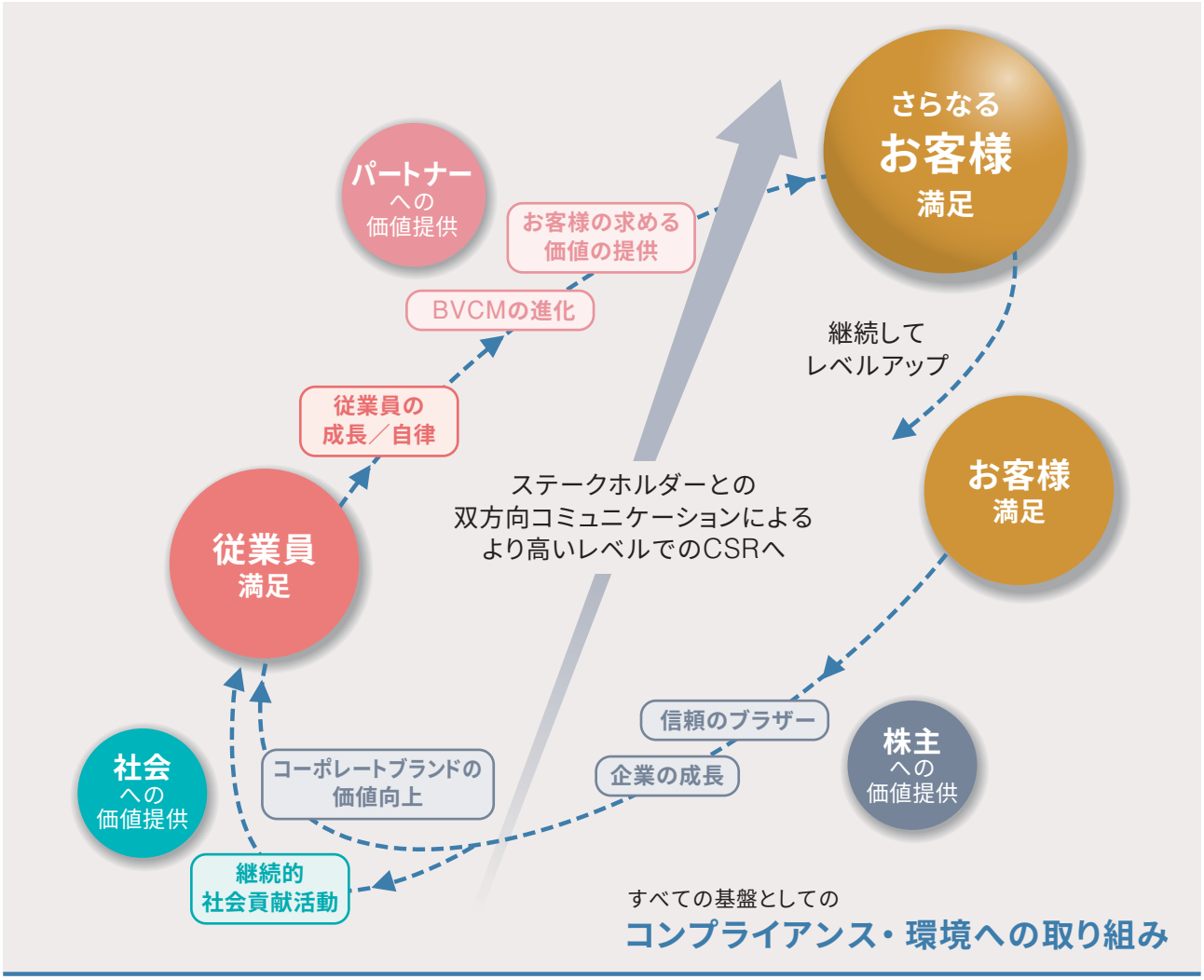
4.効果を明確にした継続的な社会貢献活動の立案と推進

ブラザーグループだからこそできる、効果を明確にした継続的な社会貢献活動に取り組み、社会の発展に貢献します。

5.ステークホルダーとの対話強化

お客様・従業員・株主・パートナー・地域社会の方々との対話を深める機会を増やし、グループ全体で共有を図ります。

■ブラザーグループのCSR経営



ブラザー工業株式会社
代表取締役社長
平田 誠一

IIHOE
[人と組織と地球のための国際研究所]
代表者 川北 秀人 氏

(株)リクルート、国際青年交流NGO「オペレーション・ローリー・ジャパン」代表、国会議員国際担当秘書を経て、1994年IIHOE設立。NPOや社会的責任志向企業の、マネジメントや環境・社会コミュニケーション推進を支援。2004年から、特定非営利活動法人 ジェン(JEN)＊の代表理事も務める。

ブラザーグループのCSR

● 対 談

お客様を第一に考えたモノ創りを通じて、ブラザーグループらしいCSRを実践していきます。

お客様の視点を基本とするCS経営を、より広く社会の視点を採り入れたCSR経営へ進化させるブラザーグループ。その展望や課題について、IIHOE［人と組織と地球のための国際研究所］代表者の川北秀人さんとブラザー工業株式会社社長の平田誠一が語り合いました（2006年4月6日 ブラザー コミュニケーション スペースにて）。

Summary

ビジョン実現に向けた、自律的な改善の動きに手ごたえあり

モノ創りを通した価値の創出こそ「ブラザーグループらしいCSR」

品質・サービスまで含めた幅広いコンプライアンスが大切

「多様性の視点」を製品開発へ、従業員の働きやすさへ

ビジョンの実現に向けて自ら課題を発見し解決していく

川 北 ■ 2005年度は、2012年をゴールとするブラザーグループの中長期ビジョン「グローバルビジョン21（GV21）」に向けた第一段階、3ケ年戦略「CS B2005」の最終年度でした。振り返って、いかがでしたか？

平 田 ■ 私どもは、自分で課題を発見しながら改善していく自律型の人材・組織づくりをめざしていますが、ビジョンに対する従業員の理解が深まり、自発的に行動することが浸透してきました。

たとえば「環境」の取り組みでは、地球温暖化防止に向けた二酸化炭素（CO_2）排出量削減への認識が高まり、設計段階から環境性能を評価し、省エネに優れた機種や、環境負荷*物質を減らした機種を幅広い製品分野で投入しました（→P26）。物流でも委託事業者や配送ルートを変更するなどして大幅なCO_2排出量削減を達成しました（→P51）。またヨーロッパにおける使用済みインクカートリッジのリサイクル網を拡大するなど、動きが加速しています。

ただ、製品1台あたりのCO_2排出量は減っているものの、生産の急拡大にともない、絶対量の排出削減が思うように進みませんでした。2008年度に向けた新3ケ年戦略では、グループをあげて取り組みを強化します（→P47）。

川 北 ■ 取り組みが加速した背景には、京都議定書の発効や、有害物質の使用を禁止する「RoHS指令」*、リサイクルを促進するための「WEEE指令」*といったヨーロッパの新しい規制への対応が原動力になったのですか？

平 田 ■ それが背景としてあるのは確かですが、たとえ規制のゆるい地域でも「グローバル企業として地球環境を強く認識して、積極的に負荷を減らしていかなくては」という考え方がグループで共有できるようになったからだと思います。世界各国の販売会社でもISO14001*の認証取得を加速しようと気運が高まっています。

川 北 ■ そのほかに重視すべき課題は何ですか？

平 田 ■ やはり品質やサービスに関わる問題です。2005年12月に発生した薄型デジタル複合機「マイミーオ」の送信の不具合や修理期間中の代替機として提供したファクスの残存情報の消去ミスは、“ At your side ”を掲げるブラザーグループとしては誠に申し訳なく、「さらなる品質・サービス管理体制の強化を」とグループ全体に呼びかけています（→P25）。

モノ創りを通した価値の創出こそ「ブラザーグループらしいCSR」

川 北 ■ ブラザーグループは、お客様の視点で事業活動を展開し、顧客満足（CS）と従業員満足（ES）を一つにする「CS経営」を基軸としてきましたね。2006年度からの新3ケ年戦略「CS B2008」では、社会との関わりをさらに深める「CSR経営」へのシフトをめざしているようですが。

平 田 ■ CSR経営は、CS経営の進化形とご理解ください。ブラザーグループの社会的な存在意義は、モノ創りを通してお客様をはじめ、さまざまなステークホルダーに価値を見出していただくことで、それこそが「ブラザーグループらしさ」を発揮することです。それには、製品開発―生産―販売・サー

ビス―回収という一連の事業活動の中で「ブラザー製品を買ってよかった」「取り引きしてよかった」「株主であることがうれしい」「ブラザーで働くことが誇らしい」と感じていただけるよう日々の取り組みに磨きをかけていくことが重要です。そこで大切なのは、ステークホルダーと対話を深めていくことです。相手の声に耳を傾け、その声をモノ創りから社会貢献活動まですべてに反映していく。それが“At your side”の企業文化であり、ブラザーグループらしい社会的責任の体現だと考えています。

川北 ■ 社会貢献という点では、2005年10月のパキスタン地震では、国際協力団体「JEN」による緊急支援活動に寄付金を提供いただきました。その資金で、子どもたちの学校を再開するための教室として、4つの大型テントセットが設置できました。

平田 ■ そのように寄付が目に見える形で役立っているのを確認できるのは、とてもうれしいことです。今後は資金だけでなく、人的支援も含めて協力できるようにしていきたいですね。

品質・サービスまで含めた幅広いコンプライアンスが大切

川北 ■ CSR経営を事業活動全体に組み入れて機能させるには、各部門・各社内カンパニーが自律的にCSRを実践し、有機的に連携することが大切です。そのためのポイントは何だとお考えですか?

平田 ■ グローバルな視点での「コンプライアンス(法令順守)」だと考えています。各国の法令・倫理の順守、慣習・文化の尊重は当然ですが、モノ創りに携わるメーカーとして、製品やサービスでお客様に迷惑をかけない、信用を高めることに努力を惜しまないという倫理観が重要です。それを突き詰めると、「グローバルマインドで、お客様に愛される製品をつくりつづける」ことにたどりつきます。これは「GV21」の実践にほかなりません。

川北 ■ なるほど。CSR経営を進めていくと、「GV21」に帰結するわけですね。

平田 ■ はい。その途上にある私たちがいま最も重視すべきは「コールセンター」の活用です。各国のセンターには、日々お客様のご要望・ご意見が寄せられますが、それは明日のブラザーグループをつくる情報の宝庫です。たとえば、お客様からのお問い合わせには品質改善のヒントが隠れています。お客様からのクレーム(苦情)はサービス改善のタネです。お褒めの言葉は、喜びや勇気を与えてくれます。今、そうしたお客様との対話から生まれるヒントなどをさらに効率的に品質向上や製品開発に反映できるよう新しい情報システムを構築しているところです。

川北 ■ 対話といえば、2005年度は「愛・地球博」にも共同出展されましたね。

平 田 ■ ブラザーグループの出展ゾーンには当初の予想を大きく上回る173万人にご来場いただき、実りの多い交流をさせていただきました（→P40）。特に“ ミシンのブラザー ”というイメージをお持ちのお客様に、万博を機会に「ブラザーは通信・プリンティング機器の会社」と知っていただけたことは大きな収穫でした。

「多様性の視点」を製品開発へ 従業員の働きやすさへ

川 北 ■ ブラザーグループは、環境にもユニバーサルデザイン*にも配慮した製品に与えられるヨーロッパの環境ラベル「TCO'99」（→P26）の取得に力を入れていますが、そうした考え方をもっと多彩な機種に展開してはいかがですか？障害を持った方々は自宅兼オフィスで働くケースも多いので、今後の普及も期待できます。

平 田 ■ それは良いヒントをいただきました。福祉に役立つ製品は、本業を通じたCSR活動と言えます。

川 北 ■ 障害者雇用に力を入れておられるし、有給休暇の消化率も高いと伺いましたが。

平 田 ■ ブラザー工業の人事施策を例にあげれば、聴覚障害のある従業員がオフィスを中心に活躍しています。人事部門に常々言っているのは「障害のある人に、配慮は必要だが遠慮することはない」ということです。そうでないと、障害を持った従業員も働きにくくなります。また、有給休暇の消化率が高まったのは、ここ10年ほどで、誕生日前後に有休を取る「誕生日休暇」や土・日曜プラス3連休の「ゆとり休暇」の奨励、労働組合からの助成金など制度の充実が要因でしょう。

川 北 ■ 育児・介護休暇の利用は、いかがですか？

平 田 ■ 育児・介護休暇の利用者がまだ少ないのは、環境整備が不十分なのかもしれません。少子高齢化社会の中で、誰もがもっと働きやすくなるよう、フレックスタイムの自由勤務時間の拡大、勤務時間や場所の自由性が高い「裁量労働」や「在宅勤務」の仕組みも研究しているところです。

川 北 ■ 働き方の多様性を広げるためには、モデルケースを意識的につくり、積極的にトライしていただきたいですね。ブラザーグループには、CSによる企業の成長がESにつながり、ESがあってこそ高度なCSを追求できるという考えがあります。その意味でも、ESにつながる良い事例や考え方を平田さんが対話の場としてつづけておられる社内イントラネット*『辻説法』で紹介してはどうでしょう。そうしたことがグローバル規模の多様性を企業成長に結びつける一助になるように思います。今後の進展に期待します。

ブラザーグループのCSR

特集：お客様満足（CS）への取り組み

CSの大前提である「高品質」を“数値化”とチームワークで

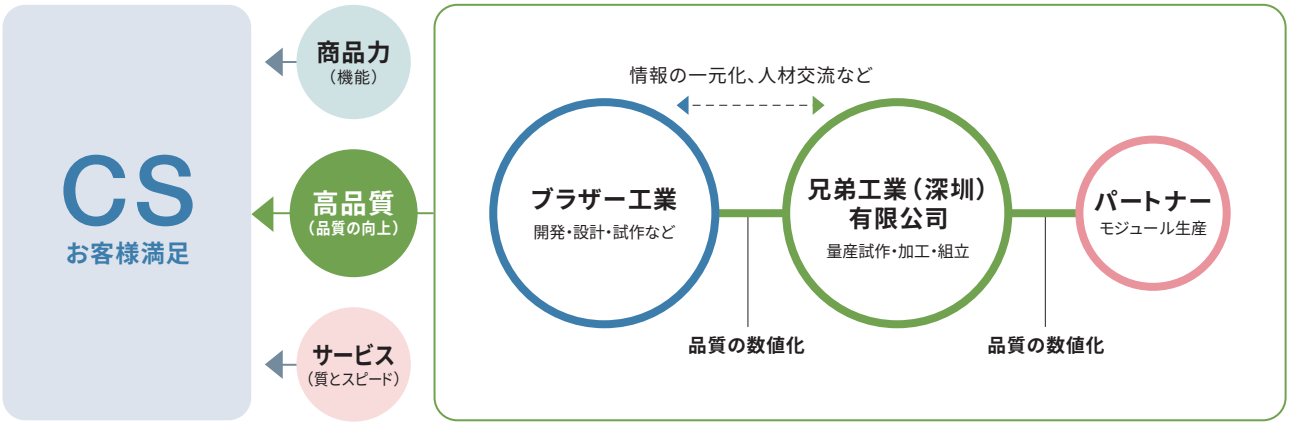
～ブラザー工業／兄弟工業（深圳）有限公司の挑戦～

ブラザーグループでは、1993年に中国での家庭用ミシンの生産開始以来、工業用ミシン、レーザープリンタ、デジタル複合機などの主力工場を設立し、全出荷量の約60%（2006年3月現在）を中国で生産しています。2005年度、広東省・深圳にあるグループ会社・兄弟工業（深圳）有限公司ではかつてない増産の中で、日本の品質保証部門と緊密に連携しながら、お客様満足（CS）の大前提である「高品質」を追求する取り組みを推進しました。

ブラザー工業では、ITの活用などで、中国と連携して高品質を追求

高精度のインクジェットプリンタの品質向上を推進する兄弟工業（深圳）有限公司

■CS実現の一翼を担う、日本と中国の連携による品質向上



増えるリスクを減らし品質向上により顧客価値を向上

ブラザーグループが主力とする通信・プリンティング機器は世界的に市場規模が拡大し、兄弟工業（深圳）有限公司での生産量はこの3年間で3倍に急増しています。しかし、それら機器を提供するブラザー工業P&Sカンパニーで品質マネジメントの責任者をつとめる寺澤正明は、増産を喜びながらも品質維持への危機感を募らせていました。「生産規模が3倍になれば、品質に関わるリスクは3倍以上になります。もし不良が発生すれば、多くのお客様にご迷惑がかかってしまいます。すなわち品質を継続的に高め、お客様のご期待に応えていくことこそが、私たちが考える品質による顧客価値の向上です」。

品質の変化を数値で捉える

大量生産の品質を厳密に管理するには、完成品→モジュール（複合部品）→構成部品と生産工程の源流に遡って、性能がどれだけ確保されているかを数値データで正しく確認する必要があります。これを、ハイスピードで流れる工程の中で瞬時に検証するのが「特性値システム」です。この工程検査装置は、規格値に満たないモジュールを確実に選別すると同時に、個々の製品の履歴を数値で蓄積する「製品のカルテ」を兼ねています。今後は統計データを活用することで、品質が変動する兆候を予測する、「不良予防システム」としての進展を検討しています。

モジュールや製品の品質を目で確認できる「特性値システム」

中国と日本で密接なチームプレー

兄弟工業（深圳）有限公司で品質マネジメントの先頭に立つ米倉千浩は語ります。「特性値システムは、インクを製造する他工場で考案された方法です。それを私たちの工場流にアレンジし、現在もブラザー工業と連携して、進化をつづけています」。

2003年3月に導入した「テレビ会議」も連携強化の一例です。約2,500km離れた名古屋と深圳のスタッフが、同じ部屋で打ち合わせる感覚でリアルタイムに相談し、課題解決のスピードアップを図っています。

ブラザーグループは、兄弟工業（深圳）有限公司での生産体制をさらに強化するとともに、2007年にはベトナムでも新工場の稼動を開始します。兄弟工業（深圳）有限公司で培われた品質マネジメントのさらなる進化が実践され、高品質による“ At your side ”、そしてお客様満足のさらなる追求が行われることでしょう。

日本と中国の距離を感じさせない「テレビ会議」

高いハードルが自己成長を呼んでいます

毎年の新モデル立ち上げ、完全24時間工場運用による効率化の追求、という高い目標値をクリアしてきました。国民性の違いを乗り越え、目標達成の喜びを実感しています。

米倉 千浩
兄弟工業（深圳）有限公司

ブラザーグループのCSR

特集：従業員満足（ES）への取り組み

自己実現に向けて、自発的に自律的に

～自らの意志を注いでこそビジョンはいきる～

ブラザーグループは『グローバルビジョン21（GV21）』で「グローバルマインドで優れた価値を提供する高収益体質の企業、傑出した固有技術によってたつモノ創り企業、At your side な企業文化が定着した企業」という将来像を描き、従業員はその達成によって自己実現を図り、それが、従業員満足（ES）につながると考えています。
しかし、それを実現する道のりは、一つではありません。業態や地域の特性を踏まえ、最適・最短の道筋を付けていくことが重要です。いまブラザーグループのあちこちで、自発的に地域ビジョンやカンパニービジョンなどを策定し、ダイナミックに前進しつつある事例が数多く見られます。その代表的なケースを2つご紹介します。

P&Sカンパニーのビジョンを策定したメンバー。2005年秋から年末にかけての週2回のミーティング、790名のアンケート、合宿による検討は忘れがたい経験となった。

2006年5月、マンチェスター市（イギリス）で開催された「LOOK TO THE FUTURE」会議では、14ケ国、28名の若手セールス及びマーケティング担当スタッフの熱気が渦巻いた。

LOOK TO THE FUTURE(未来に向かって)

2006年5月、イギリス・マンチェスター市で開かれた「LOOK TO THE FUTURE」会議に参加した、14ケ国・28名の若手を中心としたセールスおよびマーケティング担当のスタッフは、ビジョンへの想い、販売戦略、現状認識や課題などについて意見交換をすることができ、「お互いの距離がずいぶん縮まった」と感じました。

このような機会を通じて、各国間の人員交流の活性化を促し、ブラザーグループとして将来進むべき方向性の一本化、ベクトル合わせを図ることができたのです。

「欧州ビジョン21」が連携の契機に

それぞれの国において言語・歴史・文化が異なるヨーロッパ市場で、ブラザーグループとして成長を加速するには、各国の連携による事業戦略が不可欠です。その中でヨーロッパの販売各社は、一丸となってGV21の達成に取り組もうと、自ら新たなステップを踏み出しています。

GV21がスタートした当初、ヨーロッパにおけるGV21の浸透度はあまり高くありませんでした。そこでヨーロッパの各販売会社の経営陣は、「販売会社としての業務に則した、GV21達成のための事業戦略の共有が必要だ」と、数ケ月かけて案を練り「欧州ビジョン21（EV21）」を策定したのです。

■ 欧州ビジョン21（EV21）

1.高収益の企業体質をめざし、欧州販売会社は一つのチームとして団結し、ブラザーグループをリードする
2.世界レベルのセールスマーケティングの組織としてユニークな製品を市場に導入する
3.日々の業務で“ At your side ”を実践する

「LOOK TO THE FUTURE」会議は、この戦略を加速させるため次代を担う世代が交流を深め、モチベーション*を高めるジャンピングボードとする狙いもありました。席上、EV21策定の際にリーダーをつとめたブラザースイス社長のマーティン・ウェーバーは強調しました。「重要なのはビジョンを持つこと。そして、それを実現するのは、君たち自身の力です」と。

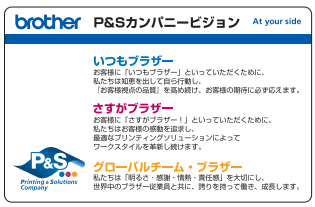
カンパニービジョンを自らの手で

一方、日本では、2006年4月の事業再編によって新たなスタートを切るブラザー工業P&Sカンパニーの中堅従業員8名が、自らの手でふさわしいビジョンを策定しようと2005年10月から連日議論を重ねていました。徹底して行ったのは、経営陣や従業員から当時使われていたビジョンに対する意見や想いを聞き取ることでした。トップはもちろん海外の販売会社社長や工場長などのインタビュー、790名の従業員のアンケートを分析し、合宿で白熱した議論を闘わせる中で想いは凝縮され、言葉は収れんされていきました。そして12月21日、これまでとはまったく異なる響きを持ったカンパニービジョンが誕生しました。

■ P&Sカンパニービジョン

1.いつもブラザー（お客様の期待に応える）
2.さすがブラザー（お客様の期待を超える）
3.グローバルチーム・ブラザー（我々がともに成長する）

ビジョン策定に参加した第2開発部の林祐二は語ります。「この短いフレーズに、GV21達成に向けた私たちの進むべき道を端的に示したつもりです。携帯カードにして配布しましたが、わかりやすくて力強いという評価をいただいています」。



P&Sカンパニービジョン携帯カード

ブラザーグループの各社・各組織では、欧州の販売会社やP&Sカンパニーと同様に、GV21を達成するためのそれぞれの道づくりが自発的につづけられています。それは従業員にとって「誇らしいブラザーグループ」へと向かう道のりであり、自らの夢を実現するための道づくりでもあります。

初の試みであったLOOK TO THE FUTURE ミーティングの成果は期待以上でした。

今回のミーティングはブラザーグループについて多くを学ぶ機会となり、またGV21達成のため一人ひとりがとても重要な役割を果たしているという意識が持てて、大成功だったと思います。ミーティングの合間には国を超えた交流によりチームとしての一体感が生まれました。これらの機会で学んだことを、今後日々の業務で実践してくれると思います。

アントニー・パート
ブラザーインターナショナルヨーロッパ

● お客様とともに

お客様から得た声をもとに、優れた製品を提供しつづけます。

ブラザーグループは、質の高い製品・サービスによって価値を認めていただき、お客様と長期の信頼関係を築くことに全力をあげています。そのために、常にお客様の声に注意深く耳を傾け、モノ創りをはじめとする全事業活動に反映するようつとめています。

Highlights

P.25 継続的な製品・応対品質の向上に取り組んでいます

P.26 TCO'99をはじめ、各種環境ラベルを取得しました

P.29 ブラザーコミュニケーションスペース上海を開設し、中国のお客様との交流を図っています

常に「ブラザー」を選んでいただけるよう、お客様重視の姿勢で取り組んでいます。

コールセンターのスタッフは、お客様から寄せられるすべてのお問い合わせを重要なコールとして、常に自分をお客様の立場においたコミュニケーションを心がけています。決められたマニュアルに沿った回答ではなく、個々のお客様のニーズに合わせた受け答えが大切で、それが「次もブラザー」をお選びいただく一助になると思います。すべてのお客様にご満足いただくのは難しいことですが、確かな信頼を感じていただけるよう、チャレンジをつづけています。

トレーシー・ワット
ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）

ご満足いただける製品づくり

あらゆる活動で「品質向上」を

お客様のご期待に応えるには、ご要望を的確に反映した製品を安心してお使いいただける、確かな品質が求められます。それがブラザーグループの責任であり使命と考え、企画・開発・設計・製造・販売・サービスなど、あらゆる活動で「品質向上」を掲げて実践に取り組んでいます。

たとえばアメリカのコールセンターが承ったお客様の声は日本の「CS向上検討会」で議論され、工程管理・部品調達・製品開発など関連部署の改善課題として反映されます（→P27）。「製品は、お客様の声でつくりあげる」。これがブラザーグループの製品づくりの基本です。

■製品の不具合と対応

■送信の不具合

2005年12月、同年10月から発売した薄型デジタル複合機「マイミーオ」2機種について、親機から着信履歴・電話帳機能・タイマー送信機能を利用して電話またはファクス送信した場合、指定先と異なる相手に送信される場合があると判明しました。

●対応と改善対策

原因はソフトウェアのプログラムと判明し、新聞・ウェブサイトでお詫びするとともに、修正ソフトが完成するまで番号ボタンによる直接発信をお願いしました。そして、12月31日から修正用ソフトのダウンロード対応を開始し、コールセンターではスタッフを増員してご説明・ご案内にあたりました。

■印字ヘッドの不具合

2004年、インクジェットファクスと複合機の7機種（2001年7月～2004年9月生産）で、印字ヘッドの異常により印刷不能となるエラーが発生しました。

●対応と改善対策

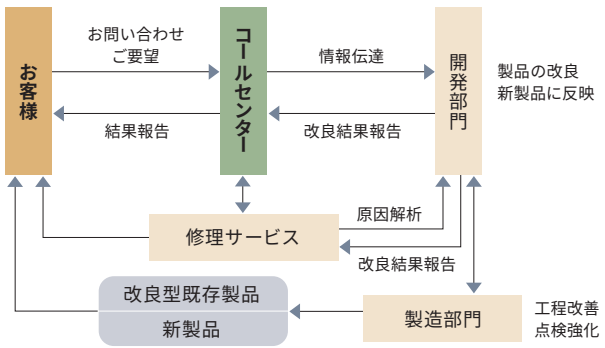
調査の結果、エラーは複数の要因が重なったときに発生することが判明しました。そのため、耐久・温度・加速試験などをより厳格化するとともに、部品形状・構造を改良し、ブラザー工業・部品メーカーとも製造工程の見直しを図りました。お客様に対してはウェブサイトなどでお知らせするとともに、引きつづき迅速な修理サービスを行っています。

お客様の声を製品開発へ

お客様の視点で製品やサービスの価値を向上していくために重要な柱と位置付けているのが、お客様の声を直接伺うことができる「コールセンター」です。

コールセンターには操作方法やマニュアル書の見方など、さまざまなご質問やご意見が寄せられます。お寄せいただいた声は、厳重な情報セキュリティ管理のもとで開発部門にフィードバックし、既存製品の改良や新製品開発時の情報として活用させていただき、性能・品質の向上につなげています。

■お客様の声を反映する体制

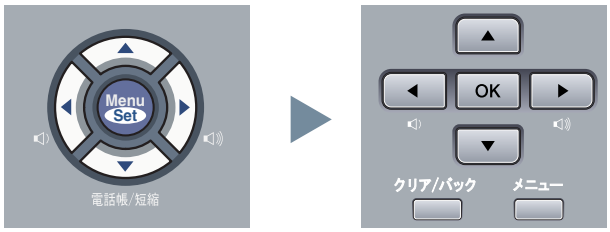


■お客様の声を反映した製品（2005年度）

お客様の声	製品に反映
インクカートリッジ内にインクが少し残っているのにインクが出ない。	ラベルに「印刷品質を維持するため所定の印刷枚数完了後も、微量のインクを残す設計」との注意書きを追加。
ファクスのリボンカートリッジ交換時に「記録紙トレーを外す」と説明書にあるが、固くて取り外せない。	取扱説明書に「背後に障害物がない場合はトレーを取り外す必要がないときもあります」と説明を変更し、図を追加。

ユーザビリティ*向上とアクセシビリティ*への対応

ブラザーグループでは、より多くのお客様に製品をわかりやすく、使いやすくお使いいただけるよう、ユーザビリティの向上に取り組んでいます。2005年度は、デジタル複合機の開発にあたり、ユーザビリティについての専門家の評価や社外被験者によるテストを実施し、その結果をキー配置の改良に反映しました。またアクセシビリティへの対応については、カラー液晶複合機で色覚障害への配慮を行い、多くのお客様が支障なく画面を確認できるようにしました。



改良前
●メニュー／セットキーの操作が複雑

改良後
●クリア／バックキーの採用

製品への環境配慮 web

製品の開発・設計から回収リサイクルに至るすべての段階を通して見た場合、ブラザーグループが提供する通信・プリンティング機器のほとんどで、「お客様に使用していただく段階」の環境負荷が特に大きくなっています。そのため製品への環境配慮の中でも、特に使用時の省エネ設計に配慮しています。また特定化学物質*の使用量削減や資源の有効利用、サプライのリサイクルなどにも継続的に取り組み、2005年度も各種の環境ラベル（製品が環境に配慮したものであることを示すラベル。消費者が環境負荷の少ない製品を選ぶときの手助けとなるもの）を取得しました。

日本で関心の高いアスベスト（石綿）については、2000年以降ブラザーグループで販売している製品では一切使用していません。また、過去に販売した製品に含まれるアスベストも樹脂などで固形化され、飛散の恐れはありません。これらの情報は2005年9月からウェブサイトに公開しています。
http://www.brother.co.jp/jp/notice/asbestos.html

■環境ラベルと認定製品

タイプⅠラベル*

デジタル複合機
MFC-8860DN

●**TCO'99**（スウェーデン）
スウェーデン労働者同盟が、環境対応や障害者の方への配慮なども含めて認定。ブラザーグループはデジタル複合機、レーザープリンタなど2005年度末時点で47製品が認定。

レーザー複合機
MFC-7820N

●**エコマーク**（日本）
（財）日本環境協会が運営するもので、2000年に「ブラザー」ピータッチ用TZテープカセットで初の認定を取得。2005年度はレーザープリンタ3製品、デジタル複合機4製品で新たに認定。

タイプⅡラベル*

レーザープリンタ
HL-5240

●**ブラザーグリーンラベル**（日本）
事業者の自己宣言によるもので、ブラザーグループは2001年度から自主基準を設けて基準を満たす製品を認定。2005年度は省エネ性能に優れたタッピングセンターなど4製品を認定し累計35製品に。

タイプⅢラベル*

薄型デジタル複合機
MFC-610CLN

●**エコリーフ**（日本）
製品の一生に関わる環境負荷を定量的に評価するLCA（ライフサイクルアセスメント）手法により認定するもので、（社）産業環境管理協会が運営。ブラザーグループは2005年度末現在で7製品を登録。

適合表示（一例）

パーソナルファクス
FAX-858/868MC

●**節能規格**（省エネラベル）（中国）
製品の省エネ性能によって表示が認められる中国の省エネラベル。2005年度は18製品で取得。

サポートを通じてのお客様満足の追求

コールセンターの応対品質の向上

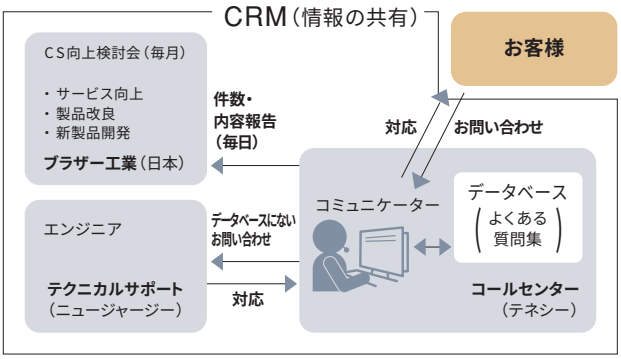
ブラザーグループは国内外30ケ所にコールセンターを設置し、製品の取り扱い説明からトラブルの対処法、新製品のご案内など、幅広くご相談をお受けしています。コールセンターの使命は、お客様のご質問・ご要望に迅速・誠実にお応えし、ご満足いただくことです。そのため日本のコールセンターでは、約200名のコミュニケーターの業務を「応対品質と生産性」の視点で分析・数値化し、チームごとに毎週点検する「評価教育」を行っています。
また、お客様アンケートを実施したり、修理品にアンケート用紙を同梱するなどして、たえず応対品質の向上に取り組んでいます。

アメリカでの応対品質向上の取り組み

アメリカのコールセンター（テネシー州メンフィス市）に寄せられるお客様の声の多くが通信・プリンティング機器に関するお問い合わせです。膨大な件数に迅速・的確に対応するため、2002年にITを駆使した「顧客関係管理システムCRM※」を導入。データベースの最大活用により「想定されるお客様からの質問」への応対能力を大幅に向上させるとともに、お客様にご満足いただけるコールセンター業務のためのグローバルサービス基準を設けて「お待たせしない・すぐにつながる・1回のアドバイスで解決」を目標に、応対品質の向上につとめています。

※Customer Relationship Management:お客様データを各部門が共有し、サービス・製品開発・生産・販売などの価値向上に役立て、お客様との親密な信頼関係の構築をめざす経営手法。

■CRMを活用した効率的なアメリカのCS体制



日本のコールセンターは、同じビルにある開発部門と直結した、すばやい対応が強みです。

山本 健司
ブラザー販売株式会社

CS担当者がCompTIA「2005産業貢献賞」を受賞

CompTIAは、アメリカのIT関連企業が業界全体のサービスや顧客満足の向上を目的に設立した団体です。ブラザーグループもスタッフの技術向上プログラムや顧客満足度調査などに参加してきました。ブラザー工業でCS推進にあたる平居範久は、CompTIAのプログラムをブラザーグループとして共有しようとグループ各社に働きかけ、これを実現。その実績が認められ「2005産業貢献賞 リーダーシップ部門」を受賞しました。

ホームページでのサポートを充実

12言語対応のソリューションセンター

ブラザーグループでは、製品ご愛用のお客様向け専門サイト「ブラザーソリューションセンター」を開設し、最新のプリンタドライバや取扱説明書、Q&A、トラブル解決法などを提供しています。このサイトへのアクセス数は、1ケ月で海外70万件、日本では6万件を超える月もあります。
こうした多数のご利用に対してさらにサポート体制を充実するため、2006年1月、従来の6言語対応から12言語対応に拡大しました。これにより全世界の国・地域の方々へのサービス範囲をさらに拡げることができました。また、製品対象も従来のプリンタ・ファクス・デジタル複合機・電子文具に、家庭用ミシンを新たに加え、利便性の向上を図りました。

ウェブサイトのユーザビリティ向上

ブラザーグループでは、お客様が求める情報をすばやくストレスなく入手できるよう「WEBガイドライン」を設けて、ウェブサイトのユーザビリティ向上を進めています。2005年度は、企業情報ページの見直しを行いました。また、製品情報ページでは、SOHO関連のお客様を対象に、見やすさ・使いやすさのモニターテストを実施し、製品別に機能が比較できる一覧の追加や、知りたい内容により早くアクセスできる情報構造に改善するなどして、2006年4月に公開しました。

モニターテストの声を反映し、製品別機能比較を加え、情報構造も改善した製品情報ページ
http://www.brother.co.jp/jp/area_top.html

「日本マニュアルコンテスト」部門優良賞を受賞

テクニカルコミュニケーター協会主催の「日本マニュアルコンテスト2005」電子マニュアル部門において、ブラザーのレーザー複合機（MFC-7420/7820N）ユーザーズガイド（HTML版）が、部門優良賞を受賞しました。これは各機能ごとの色分けや「やりたいこと目次」からすぐに探せる工夫が高く評価されたものです。

部門優良賞を受賞したユーザーズガイド

お客様との対話

多様なルートでお客様の声を収集

お客様視点をめざしたブログでの対話

ブログは、ウェブログの略語で、日記型の個人ホームページのことです。2005年2月、ブラザー工業の研究部員が「社員の顔が見えるブログを通してなら、“ At your side ”に一歩近づけるのではないか?」と、レーザープリンタの仕組みや企業名の由来などを公開したところ、予想をはるかに上まわる反響が寄せられ、現在も日々多くの方々に読んでいただいています。

また、よりお客様視点での製品開発をめざして、「パソコン・プリンタ・複合機の使用状況を写真で送っていただけませんか?」と呼びかけたところ107名様から情報が寄せられ、新型プリンタや複合機の懸賞には延べ4,000名近くの方からご応募いただきました。

研究開発部門では、ブログ上での対話を通じて、お客様の存在をより身近に感じることで、製品・サービスの向上、取扱説明書の改善などにつとめています。

「プリンタの使用状況を教えてください」と呼びかけたブログ画面
http://d.hatena.ne.jp/brotherblog/

お客様のご意見を
直接伺えるブログを通じて
勉強させていただいています。

松原 淳
ブラザー工業株式会社 NID開発部

お客様のニーズを探る「マイカスタマー制度」

M&Sカンパニー産業機器事業部門では、2001年度から主力製品であるCNCタッピングセンターをお使いのお客様を定期的に訪問し、改善点や新たなニーズをお聞きして製品に反映する「マイカスタマー制度」を推進しています。

穴あけ・ねじ切り・表面削りなどで金属部品を加工するタッピングセンターは、業種・工程・部品の形などによって要求される精度・加工速度・段取りなどが多種多様です。ブラザー工業では個別のご要望をお聞きして、汎用機でありながら専用機並みの生産性や使いやすさを追求し、1985年の販売開始以来、累計生産台数が2006年4月に3万5千台を突破しています。

2005年度は、この訪問制度による聞き取りから自動車部品加工向けの新企画2件が提案され、現在開発を進めています。

自動車部品加工向け
CNCタッピングセンター［TC-22B］

継続的に「顧客満足度」を調査

M&Sカンパニーの工業用ミシン事業では、製品購入直後と1年後、産業機器事業では修理・サービス対応後に、サービス対応がお客様にどの程度ご満足いただけているのか、アンケート調査を行っています。また、産業機器事業では、お客様だけでなく各国の代理店・ディーラーなどのビジネスパートナーも対象に、定期的な調査を実施しています。

こうして得たデータから、製品の客観的評価を導くとともに、お客様の潜在的なニーズを把握し、次の製品開発やサービスの改善に反映しています。

■ M&Sカンパニーにおけるアンケート調査実施件数（2005年度）

産業機器（タッピングセンターのお客様・ビジネスパートナー）	お客様	309件
	ビジネスパートナー	242件
工業用ミシン（二本針ミシンのお客様）	お客様	88件

※主なアンケート項目：主な用途、製品性能・操作性・価格などの詳細評価と、満足度、代理店・販売店の評価と満足度、要求事項、ご意見ご要望など
※上記表示件数は、アンケート配布件数です。

上海にコミュニケーションスペースを開設

中国の販売会社　兄弟（中国）商業有限公司は、2005年8月、上海市に「ブラザー　コミュニケーション　スペース上海」を開設しました。これは世界最大の工業用ミシン市場であり、通信・プリンティング機器の普及が著しい中国で、お客様とのふれあいを深め、サービス向上を図っていくための施設です。ここではブラザー製品を一堂に展示するとともに、SOHOを想定したネットワーク環境で実際に体験いただけるほか、工業用ミシンのトレーニングも行っています。兄弟（中国）商業有限公司では、コミュニケーションスペースで収集したお客様の声を製品・サービス改善に活用しています。

ブラザー　コミュニケーション　スペース上海で、お客様の声に耳を傾ける兄弟（中国）商業有限公司のスタッフ

お客様の声に基づいた対応で、お客様満足度の向上につとめます。

コールセンターへのお問い合わせは、主に製品の品質、操作性、営業に関するお問い合わせです。いただいたお問い合わせは、工場からの出荷品質、設計に関する品質、取扱説明書やソリューションセンターの「よくある質問（Q&A）」に反映されます。お客様の声に基づいた品質向上につとめることでお客様が不具合を感じる機会を減らし、また不具合が生じた場合もお客様自身で簡単に対処できるようにすることで、お客様満足度の向上をめざします。

榊原 健治
ブラザー工業株式会社 P&Sカンパニー

● 従業員とともに

従業員一人ひとりが誇りを持てる会社づくりにつとめています。

ブラザーグループは、従業員をお客様と並ぶ重要なステークホルダーと位置付けています。そして、経営層と従業員がコミュニケーションを深めながら、多様な個性を持った人材が自律的に能力を発揮する「誇りを持てる会社づくり」を進めています。

Highlights

P.32 定年退職後の選択肢を広げる「外部転進制度」を新設しました

P.34 社長の平田による直接対話「辻説法」を積極的に展開しました

P.35 P&S・P&Hカンパニーが、自らの手で「カンパニービジョン」を策定しました

ブラザーグループの一員として、自分が行うべきことを考えています。

LOOK TO THE FUTUREミーティングに参加し、各国の従業員と交流を図ったり、さまざまな知識を得ることで、私もブラザーグループの未来を担う一人であるという自覚を持つようになりました。優れた技術から生み出された製品を、お客様のもとにお届けする「販売」という段階で、そしてグループの主要市場の一つであるヨーロッパという舞台で、自分には何ができるのかを考えることが、グループ全体の成長につながると確信しています。

ヴェロニカ・スキャンドラ（写真左から2人目）
ブラザーオフィスイクイップメント（イタリア）

2005年版社会・環境報告書では、グループ3社の情報集約に留まりましたが、2006年版ではグループ14社の情報を集約しました。本冊子では主にブラザー工業（日本）の情報を掲載しています。その他のグループ会社についてはwebサイト（http://www.brother.co.jp/jp/csr/）にて、情報を開示しています。

従業員が誇りを持てる企業として

ブラザーグループ従業員の基盤「グローバル憲章」

ブラザーグループは、世界32の国と地域、18の生産拠点と39の販売拠点で事業を展開し、人種・言語・文化・慣習など多様な従業員が活躍しています。その基盤となっているのが「グローバル憲章」に掲げた「多様な能力を発揮できる職場環境をつくり、チャレンジングな仕事への機会を提供し、その努力と成果に対し、公正な評価と正当な報酬を与える」ことです。そして、行動規範には「常に個人に対する信義と人格に対する尊敬を持って行動すること」を定めています。

グループ各社では、この方針に基づき、採用・評価・昇進などにおいて、民族・国籍・宗教・思想・性差・学歴・年齢・障害の有無など、あらゆる差別を排除し、児童労働・強制労働も禁止しています。経営層と従業員は、法規制の順守はもとより文化や慣習を尊重し、グローバル憲章を共有しながら、人事制度や職場環境の継続的な改善を図っています。

■従業員の状況（主要拠点）2006年3月31日現在 web

社名［国］	ブラザー工業［日本］	兄弟高科技（深圳）［中国］	珠海兄弟工業［中国］	ブラザーインダストリーズテクノロジー（マレーシア）	ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）［アメリカ］	ブラザーインターナショナルヨーロッパ［イギリス］
従業員数	2,846名	6,962名	1,922名	1,534名	629名	136名
男 女 比	男:83% 女:17%	男:13% 女:87%	男:5% 女:95%	男:23% 女:77%	男:56% 女:44%	男:66% 女:34%
平均年齢	41.3歳	22.3歳	23.9歳	26.0歳	44.5歳	38.7歳

多様な人材の活躍

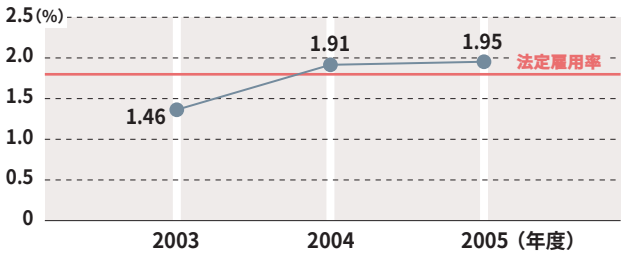
人権の尊重 web

障害者雇用の促進

ブラザーグループでは、障害を持った方々の雇用を促進しています。雇用支援の施策は各国・地域によって異なり、ドイツ・フランス・日本では一定の雇用率を企業に義務付けています。中国では統一された法律はありませんが、障害者雇用促進の協力金制度を設けている自治体もあります。

2005年度ブラザーグループの欧米・日本の事業所では、障害を持った方々を継続的に雇用しています。なお、2005年度ブラザー工業では、法定を上回る1.95%の雇用率を確保しています。

■障害者雇用率の推移（ブラザー工業）

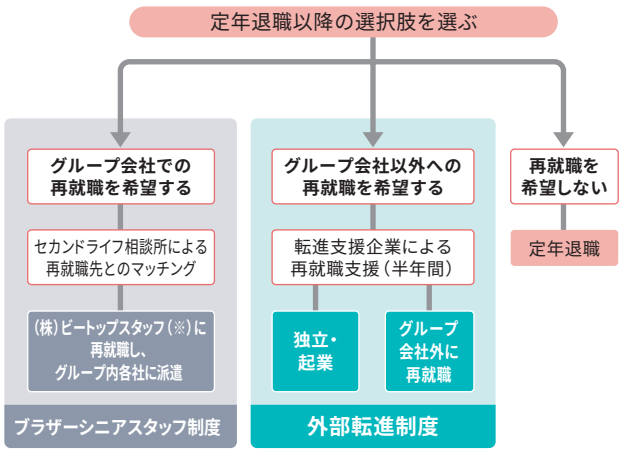


定年後の継続雇用

定年退職後の再雇用は、各国・地域の状況に適した対応を行っています。アメリカでは定年退職を設けること自体「年齢差別を禁止する法」に反します。

日本では「ブラザーシニアスタッフ制度」により、毎年70名程度の希望者を定年退職後にグループ内各社で再雇用してきました。そして2006年4月には、新たに「外部転進制度」を設け、グループ内各社以外に再就職を希望する従業員を積極的に支援し、退職後の人生設計の選択肢を広げています。

■定年退職後の進路（ブラザー工業）



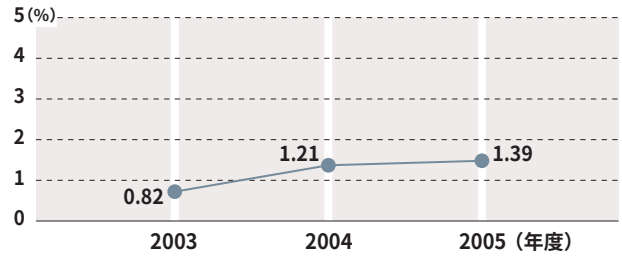
※ブラザーグループの人材派遣会社

公正な評価と処遇 web

ブラザーグループでは、意欲・能力・成果を公平・公正に評価して処遇に反映しています。たとえばブラザー工業では、上級職には年俸制を採用し、一般従業員には明確な評価基準に基づく目標管理制度や半期ごとの上司面談を通じて、納得性の高い考課を行っています。

女性管理職については、各国における女性の社会進出の歴史・生活文化・職種の違いなどにより、欧米の販売会社で比較的高く、日本・アジア地域の製造・販売会社では低くなっています。

■女性管理職の比率（ブラザー工業）



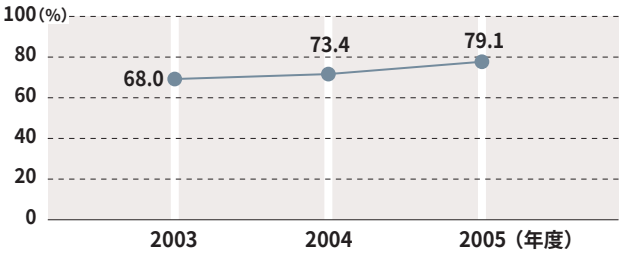
自己実現をサポートする職場環境づくり

家庭と仕事の両立による自己実現 web

ブラザーグループでは、多様なライフスタイルを選択できるよう各国・地域の法律・労働環境・従業員の状況を踏まえて、勤務体系に柔軟性を持たせ、家庭と仕事のバランスに配慮した制度の運用を図っています。

たとえば日本では、少子高齢化社会に対応する「次世代育成支援対策推進法」が2005年4月に施行される中で、ブラザー工業では有給・育児・介護・ゆとり・リフレッシュ・誕生日などの休暇取得を奨励し、2005年度の有給休暇消化率は79%に達しています。

■有給休暇消化率（ブラザー工業）



■育児・介護休暇取得者数（ブラザー工業）

	03年度	04年度	05年度
育　児	10名（0名）	15名（1名）	18名（1名）
介　護	3名（1名）	3名（1名）	1名（0名）

（　）内は内数で男性取得者数

人材育成とキャリア支援

意欲に応える教育・研修制度

自律型社員の育成をめざし、階層別・職能別の教育・研修のほか、専門知識や資格取得のためのプログラム受講支援など、「自ら学びたい」という意欲をサポートしています。またグループ各社では、語学研修やITを活用したe-ラーニングによる専門教育に力を注ぎ、グローバルに活躍できる人材の育成につとめています。さらに、“ 知識・思考・実践 ”が一貫し、グループの全体最適を考えられる次世代リーダーを育成する「ブラザービジネスリーダー塾」、将来の技能系エキスパートを養成する場として技能者などが若手従業員を指導する「匠道場」などを開催しています。

■教育・研修体系（ブラザー工業）

	若　手	中　堅	マネージャー以上
階層別研修	新入社員研修	中堅社員研修	考課者研修
	フォロー研修		部下指導研修
	CS経営基礎研修	CS経営研修	上級職向けCS経営研修
	一般社員向けメンタルヘルス教育		上級職向けメンタルヘルス教育
			ブラザービジネスリーダー塾
公開研修ほか	語学教育（英語・中国語）		
	プレゼンテーション		
	情況対応リーダーシップ		
		コーチング	
	ロジカルシンキング研修		
	ビジネススキルアップ研修		

講習での知識が、卒業課題である
ワークショップでの熱い議論の燃料となり、
実践さながらの
事業企画プロセスを
体験できました。

小林 浩之
ブラザー工業株式会社 P&Hカンパニー
（ブラザービジネスリーダー塾参加者）

社内表彰・報奨制度

従業員のモチベーション向上やモラルアップの一助として、さまざまな表彰・報奨制度を設けています。グループ全社レベルでは、年1回、顕著な実績を上げた事業所に贈られる「社長賞」があります。2005年度は、自国の通貨危機・経済不安の中、事業を撤退することなく経営状況を大きく改善させた、わずか16名の販売会社ブラザーインターナショナルコーポレーション（ブラジル）が受賞しました。また、モノ創りの喜びや可能性を広げる「ブラザーグループ　知の競演展」には、毎回、グループ会社からも多くの改善事例や作品が出品されています。さらにグループ会社でも、独自の制度を設けて従業員のモチベーション向上を図っています。

第7回「社長賞」に輝いた
ブラザーインターナショナルコーポレーション（ブラジル）

■表彰・報奨制度の一例

名　称	主催する事務所など	内　容
グローバルQCC大会	全グループの生産系職場	職場ごとの品質改善事例を発表し優秀グループを表彰
立功賞（不定期） 特別賞（年1回）	西安兄弟標準工業	立功賞は大きな貢献をした人、特別賞は毎年優秀な人を10名程度選出して表彰
従業員賞（毎月） 社長会賞	ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）	従業員賞は部長以下の従業員を対象に業績に対して表彰、社長会賞は担当地域の販売目標達成者を表彰
MIA大賞（年1回）	ブラザー工業 M&Sカンパニー	ビジョン実現に向けた目標達成、競争力強化、お客様・従業員満足度の向上に貢献したチームまたは個人を表彰

対話を重視した労使関係

ブラザーグループでは各国・地域の状況により、労働組合あるいは職場代表が経営層と労使の課題について意見交換を行っています。2005年度、ブラザー工業では、ワーク・ライフバランスの向上をめざし、会社は休暇の積極的な取得を奨励し、労働組合は補助金を設けて取得促進を図るなど、労使協調のもとで労働条件の改善につとめました。

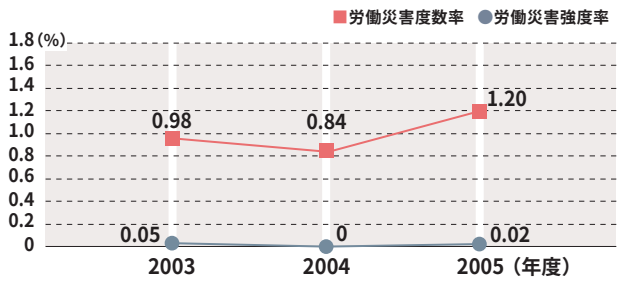
安全で働きやすい職場づくり

労働災害防止への取り組み

ブラザーグループでは、ブラザー工業の中央安全衛生委員会を中心に、生産部門では災害の撲滅を主眼に管理監督者へのリスクアセスメント教育や未然防止の仕組みづくりに注力しています。開発・設計部門や間接部門では、セルフケアに重点を置いた衛生活動を行っています。

2005年度は、中国の生産拠点で骨折などの重大事故が発生しました。このため、現場作業員への危険予知・指差し確認の再徹底を促すとともに、管理体制の強化を図りました。

■ 労働災害度数率・労働災害強度率（ブラザー工業）



労働災害度数率：
100万延べ実労働時間あたりの労働災害による死傷者数

$$\text{度数率} = \frac{\text{労働災害による死傷者数}}{\text{延べ実労働時間}} \times 1{,}000{,}000$$

労働災害強度率：
1000延べ実労働時間あたりの労働損失日数

$$\text{強度率} = \frac{\text{延べ実労働損失日数}}{\text{延べ実労働時間}} \times 1{,}000$$

健康保持・増進への取り組み web

従業員の健康管理は、個人はもとより活力ある組織づくりにおいても重要なテーマです。ブラザーグループでは、各国・地域の事業所に産業医を配置または医療機関と提携して、従業員の健康保持・増進に取り組んでいます。ブラザー工業では、健康管理センターを中核として、健康診断（2005年度の受診率:99.4%）をはじめ、「健康日本21」「健康増進法」などの法令に基づく生活習慣病を予防するキャンペーン（年2回）や禁煙プログラムを実施しています。

また、メンタルヘルスについては、マネージャーを対象とする「気づき研修」に力を注ぐとともに、年1回の自己申告制度により人事部が心の健康状態をチェックし、カウンセリングを促すなど予防と早期受診につとめています。

ビジョンの理解と浸透に向けて

経営層との対話

ブラザーグループでは、経営層と従業員が“ At your side ”、「グローバルビジョン21」について双方向で語り合うことが企業文化の一つとなりつつあります。たとえばブラザー工業社長の平田誠一は、2003年から「辻説法」という従業員との直接対話に力を注ぎ、2005年は10ケ国で19回開催し、ビジョンについて意見を交わしました。

また、イントラネットでも「辻説法」を発信しています。これは7ケ国語（英語・日本語・ドイツ語・フランス語・イタリア語・スペイン語・中国語）に翻訳され、各国の従業員がこのページを閲覧しています。2005年は85回の「辻説法」に約15.7万件のアクセスがあり、約80件の意見・投稿が寄せられました。その他、P&Sカンパニーの「プレジデントの部屋」、「テリーの徒然日記」、P&Hカンパニーの「元気の出るページ」など、イントラネットを活用した経営層と従業員との双方向コミュニケーションによるビジョンの理解・浸透が図られています。

ビジョン策定を通じての経営参画

ブラザーグループでは、自らの手でビジョンを策定することを通じての経営参画を促し、従業員が自ら考え、行動するための対話の場づくりを行っています。ヨーロッパでは2004年に販売会社数社からメンバーが参画し、「欧州ビジョン21」を策定、各国の若手スタッフたちへのビジョン共有と将来進むべき方向性のベクトル合わせを図るため、2006年5月には「LOOK TO THE FUTURE」会議を開催しました。また、2005年度には事業再編にともない、P&Sカンパニー、P&Hカンパニーの若手従業員が中心となり、新たなカンパニービジョンを策定しました。
また、M&Sカンパニーでは、“ At your sideな行動 ”をテーマに、経営層と従業員の対話・発表会を開催しました。これらの議論には、社長の平田も積極的に参加しています。

「CS経営」の広がり

ブラザーグループは“ At your side ”という考えのもと、お客様の視点に立ち、グループの使命である“ お客様にモノ創りを通して優れた価値を提供する ”ことを追求しています。その実現のために、従業員一人ひとりが「CS（お客様満足）経営」の考え方のもとに、自ら行動につなげる「自律型社員」となることを重要課題と捉え、グローバルな育成に取り組んでいます。2005年度は、海外拠点やグループ会社から「CS経営」研修開催の要望が高まり、中国を中心に海外現地スタッフを含む基礎研修・戦略策定研修などを数多く実施しました。このような人材育成の取り組みが引き金となり、「自律型」の活動が促進され、結果としてグループの使命を果たすための組織能力が向上しています。

■海外事業所における「CS経営」研修

開催月	場　所	参加者数
2005年 6〜7月	北京・上海・広州	100名
9月	マレーシア	20名
11月	上海	20名
2006年 1月	台湾	40名
2〜4月	深圳	46名

従業員の意識調査

ブラザーグループでは、ブラザー工業（全従業員、各社内カンパニー、本社スタッフ部門）、ブラザー販売（日本）、中国の生産拠点などで、従業員の意識調査・満足度調査を実施しています。調査項目は「ビジョンの理解・納得度、仕事のやりがい・職場の働きがい・上司への信頼度・人事・組織運営」などで、調査結果から分析した課題を社内で公開するとともに、経営改善の指標として活用しています。
また、ブラザー工業独自の取り組みとして、2000年からマネージャー以上の上級職が経営陣の「リーダーシップ度」を評価する「リーダーシップ意識調査」を継続的に実施しています。ブラザー工業のリーダーとして重視される「ビジョンの明確化・浸透、戦略策定、意思決定の透明性、権限委譲、率先力、コミュニケーション」などが問われ、その結果はイントラネット上に公開されています。

イギリス・ウェールズ州の「人材マネジメント賞」を受賞

イギリスの生産拠点ブラザーインダストリーズ（U.K.）は、2005年度『ウェールズ経営品質賞』の「人材マネジメント賞」を受賞しました。これは事業の環境変化に対応できる人材育成と組織の柔軟性が高く評価されたものです。なお同社の受賞は、2001年度「製造部門賞」、2002年度「本賞」につづいて3回目となりました。

グローバルに活躍する人材育成をさらに強化していきます。

グローバルビジョン21達成のためには、グループ・グローバルの観点から、海外の人材も含めて育成していくことが必須と考えています。また、2005年度にブラザー工業で行った自己申告調査などから、「海外派遣候補者は長期的な視点で人材を確保し、計画的な育成を行ってほしい」との声が従業員からもあがっています。それを踏まえ、2006年度はブラザー工業のみならず海外のグループ会社も含めたグローバルに活躍できるリーダーを、「ブラザービジネスリーダー塾」などで育成し、ブラザーの“ DNA ”の継承を行っていきます。

加賀山 茂
ブラザー工業株式会社 人事部

● 株主とともに

長期的に企業価値を高めることで株主の皆様に貢献していきます。

ブラザーグループは、健全で透明な企業経営を進めていくことで長期的に企業価値を高め、株主の皆様に適正な利益還元を行い、長期的な信頼関係を構築。また、正確で迅速な情報開示や対話を通じて、積極的にコミュニケーションを図っています。

Highlights

インターネット上での株主・投資家の皆様への情報開示を充実させました

個人投資家向けの説明会やイベントに積極的に参加して、コミュニケーションを図りました

形式にとらわれない、株主の皆様の視点に立った情報開示につとめています。

株主の皆様に、社名やブランドだけでなく、より詳しく正確にブラザーグループのことを知っていただくため、多様なメディアや説明会を通じた対話を重点的に行っています。このような活動を継続的に行うことで、皆様にブラザーグループの価値を再発見していただけると思っています。そのためにも、今、株主の皆様はどのような情報やコミュニケーションを求めているかなど、株主の皆様の視点に立った、誠実かつ透明性の高い情報開示・コミュニケーションにつとめていきたいと考えています。

亀井 賢二
ブラザー工業株式会社 広報・総務部

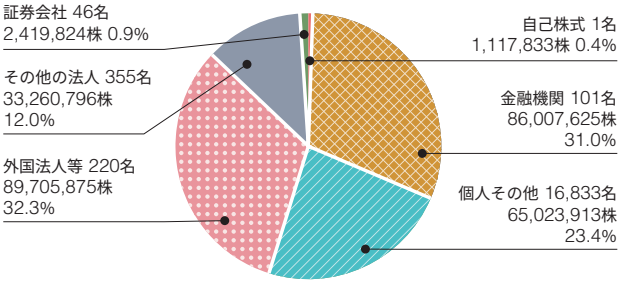
株主視点での活動

利益配分の基本方針

ブラザーグループは、連結業績や経営基盤の確立、経営環境などを総合的に勘案しながら、継続的かつ安定的に利益を還元することを基本方針としています。2005年度の年間配当金は、一部連結子会社の決算期変更にともなう移行期分としての特別配当1円を含め、1株あたり13円（前年度比3円増）と増配することができました。また内部留保は、ブラザーグループ全体のさらなる成長をめざして、プリンティング事業や新事業の開発・育成に向けた投資に充当していきます。

■ **株主の分布状況（ブラザー工業）（2006年3月31日現在）**

○発行可能株式総数 6億株 ○発行済株式総数 2億7,753万5,866株
○株主数 1万7,556名



株主とのコミュニケーション

ブラザーグループは、株主・投資家の皆様と長期的な信頼関係を築いていくためには、透明性の高い情報開示、継続的かつ直接的なコミュニケーションが重要と考えています。そのため、多様なメディアを活用した迅速な経営情報の発信、株主総会やIRイベントへの出展などを通じて、積極的な対話につとめています。

2005年度は、より多くの株主の皆様にご出席いただけるよう「定時株主総会」会場を従来のブラザー工業本社から交通が便利な名古屋駅近くのホテルに変更し、製品や環境への取り組みの展示のほか、当社役員と株主の皆様との懇談会を開催して、コミュニケーションを図りました。

総会終了後、多くの株主の皆様と懇親を深めました

インターネット情報の充実

2005年11月、ブラザー工業ウェブサイトの「株主/投資家の皆様」向けサイトをリニューアルし、各種企業情報をよりわかりやすくスピーディにご覧いただけるよう改善を図りました。また、インターネットを利用したニュースメールの配信を開始し、最新のIRニュースをはじめ、新製品やイベント情報、IRサイトの更新情報など、さまざまな情報を提供しています。
（株主/投資家の皆様へ http://www.brother.co.jp/jp/investor/）

個人投資家向け説明会・IRイベントでの対話 web

個人投資家の皆様にブラザーグループを広くご理解いただく場として、会社説明会やIRイベントに積極的に参加しています。2006年2月に大阪ドームで開催された「関西ノムラ資産管理フェア2006」には4万人以上が来場し、ブラザーブースでは、新製品の展示や会社説明会を開催しました。

お客様からは「ミシンの会社だと思っていたので、主力が情報通信機器と知って驚いた」などの感想が寄せられ、多くのお客様に、ブラザーグループに対する理解を深めていただくことができました。

「関西ノムラ資産管理フェア2006」での会社説明会

リアルタイムな情報提供により、ブラザーファンを増やす取り組みを進めます。

個人投資家の皆様へ企業情報をよりわかりやすく、またタイムリーにお届けできるようにウェブサイトの充実を図っています。さらに、更新情報をリアルタイムにご連絡するメール配信サービスも、２００５年末から日本国内向けに開始しました。今後、個人投資家の皆様との双方向コミュニケーションをめざし、ブラザーグループをよりよく知っていただくことで、ブラザーファンを増やす取り組みを進めていきます。

江袋 雅博
ブラザー工業株式会社 広報・総務部

● パートナーとともに

公正・公平な取り引きをもとにCSの向上に力を注いでいます。

ブラザーグループの成長は、ブラザー製品を扱う特約店・小売店、部品・資材の調達先など多くのパートナーに支えられています。これらの方々と公正・公平な取り引きを基本に連携を深めながら、お客様満足（CS）向上に取り組んでいます。

Highlights

- 中国各地で、特約店向けの「CS経営説明会」を開催しました
- マレーシアで品質管理向上プロジェクトを実施し、不良パーツ発生率を2004年度比で約10%低減しました
- ブラザーグリーン調達*システムを用いて、部品に含まれる特定有害物質を調査しました

お取引先と、同じゴールに向かって、お互いに知恵を出し合いながら製品の品質向上につとめています

部品調達先の方々と日々コミュニケーションを図りながら、協力体制を強化して、製品の品質向上に取り組んでいます。活動の中では、お取引先からもさまざまなアイデアをいただき、お互いから技術や知識を学び合える良い関係を築いています。今後も相互理解に重点を置き、一つひとつの課題をともに解決していくことで、継続的にお客様満足の向上につなげていきたいと考えています。

ノカラジュ・ラムルー（写真左）
ブラザーインダストリーズテクノロジー（マレーシア）

CS向上に向けたパートナーとの共働

取引先との連携

特約店の方々との連携による“ At your side ”の実現

ブラザーグループでは、パートナーを対象に積極的に機会を設けて、ブラザーグループの“ At your side ”な取り組み事例やCS経営への理解促進と浸透につとめています。たとえば、成長著しい中国市場で販売を統括する兄弟（中国）商業有限公司では、特約店を対象に「CS経営」説明会を開催し、連携強化につとめています。2005年度には、中国各地で説明会を6回開催し、99社137名の方にご参加いただきました。

品質向上に向けた取引先への支援

ブラザーグループと取引先がともに成長するには、お互いの連携を深め、品質・納期・コスト面で高い競争力を実現することが重要です。そのため各生産拠点では、取引先の品質向上を促すさまざまなサポートを行っています。

たとえば、ファクス、デジタル複合機、タイプライターなどを製造するブラザーインダストリーズテクノロジー（マレーシア）では、2005年3月に部品調達先のパートナーを対象に「品質管理向上プロジェクト」を立ち上げました。6ケ月を1サイクルとして、15名のメンバーが8社のパートナーを定期的に訪問し、パートナー側のチームと連携して“ 人・機械・方法 ”の側面から品質管理システムのレビュー・改善を実施。この結果、不良パーツ発生率（製造ラインからのクレーム報告件数）を2004年度比で約10%低減しました。

オフィス用品の販売大手から優秀パートナーとして表彰

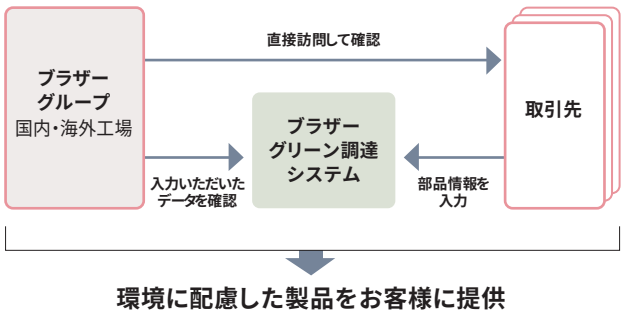
ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）とブラザーインターナショナルコーポレーション（カナダ）は、大手オフィス用品販売店ステープルズ社からそれぞれ「サービスパートナーシップ賞」「ベストカテゴリーデベロップメント賞」を受賞しました。これは製品・サービスの両面から、ステープルズ社の売上げ成長に貢献したことが高く評価されたものです。

またブラザーU.K.（イギリス）は、世界最大級のオフィス用品販売チェーンであるオフィス・デポ社から、「最優秀環境貢献ベンダー2005」に選出されました。これは、製品開発からサプライのリサイクルに至るまで、ブラザーの“ 5R* ”（→P45）”に基づく幅広い環境への取り組みが、業界の指導的役割を果たしていると評価されたものです。

取引先と協力して特定有害物質規制に対応

ブラザーグループは、製品の環境性能を継続的に向上するため、取引先に対し環境負荷低減への協力を要請してきました。特に2006年7月からヨーロッパで施行される「RoHS指令」（→P51）への対応では、6種類の特定有害物質を基準値以下に削減するため、インターネット上に「ブラザーグリーン調達システム」を導入し、取引先から約12万点にのぼる部品に含まれる化学物質データをシステム上で報告いただく、含有物質調査を実施しました。さらにブラザーグループの従業員が、1,400社の取引先を直接訪問して管理状況を確認し、不十分な点はフォローアップを行ったことで、ブラザーグループも取引先各社も、環境面での体質強化を図ることができました。

■「取引先との共働」による特定有害物質規制への対応



生産に関する新鮮な情報を知っていただく取り組みを進めていきます。

ブラザーグループにとってお取引先の皆様は、同じ目標に向かって同じ活動をする、共同体であり、仲間です。しかし現状では、お取引先によって目標に向かう温度に差があることも事実です。今後は、お取引先の皆様を対象とした生産情報説明会の開催や、販売状況、生産状況などの情報提供により、すべてのお取引先にブラザーグループと同じ気持ちを持っていただき、その結果として、品質の向上やコストの低減につなげていただけるよう、取り組んでいきます。

久野 博史
ブラザー工業株式会社 P&Sカンパニー

● 社会とともに

世界の国・地域に対し、その発展に積極的に貢献します。

ブラザーグループは、国や地域と共生し、社会的・経済的・文化的な貢献を通じて、その発展に寄与することが重要な責任であり使命と考えています。これまでも、そしてこれからも良き企業市民として、幅広い社会貢献活動に取り組んでいきます。

Highlights

P.41 ハリケーン「カトリーナ」・パキスタン大地震の被災者に義援金を送りました

P.41 「愛・地球博」で、小学生向けに環境学習を行いました

P.43 イギリス・中国で植樹活動に参加しました

“ おもてなしの心 ”で、社会の皆様との関わりを持っていきたいと思っています。

「愛・地球博」では、お客様にブラザーグループの製品や技術をダイレクトに見て、触れて、体感していただきました。私は運営スタッフとして参加しましたが、常にご来場される方々に「来てよかった」「また来たいな」と思っていただけるような対応を心がけました。このような“ おもてなしの心 ”は、万博に限ったものではありません。常に社会の皆様にブラザーグループの良さを感じていただけるよう、働きかけていきたいと考えています。

竹村 恵子
ブラザー工業株式会社 広報・総務部

グループでの関わり

大規模災害での救済支援

2005年8月、米国南部に超大型ハリケーン「カトリーナ」が上陸し、大きな被害をもたらしました。これに対し、ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）をはじめ、ブラザーグループ全体で約1,500万円の義援金を赤十字社に拠出しました。また、同年10月にパキスタン北東部で発生した大地震の被災者救済のため、ブラザーグループとして約1,500万円の義援金を赤十字社および国際協力団体に拠出し、学校として使用するテントなどに役立てられました。

ドイツ年にあたりデザイン交流を支援

ドイツの文化・科学・経済などを広く紹介する「日本におけるドイツ年」にちなみ、ブラザーインターナショナル（ドイツ）は、その所在地であるヘッセン州で工業デザインを専攻する大学生の研究プログラムの支援を目的に、5万ユーロを寄付するとともに、学生と教授38名を日本に招待しました。
学生たちはブラザー工業を訪れ、4ケ月を費やして製作した未来型ミシンやIT機器のデザインモデルなど、それぞれの研究テーマの展示・発表を行い、ブラザー工業の製品デザイナーたちと交流を図りました。

今回のデザイン交流は、ブラザーグループにとって重要なマーケットであるドイツのトレンドを知る良いきっかけになったと思います。

テオ・ライナート
ブラザーインターナショナル（ドイツ）

日本における関わり

「愛・地球博」で小学生とともに環境学習

web

ブラザー工業は、中部地方の企業12社が小学生を対象に環境学習プログラムを提供し、小学生たちがその学習から学んだ成果を「愛・地球博」の会場で発表する「エコ・トークセッション」に参加。プログラムの一環として、名古屋市内2校の小学生に「モノ創りと環境」をテーマにした工場見学や従業員による出前授業などを実施しました。2005年7月6日の発表当日、小学生たちはブラザー工業会長の安井義博と環境について対話したり、“ 環境に配慮したモノ創り体験学習 ”で制作した発光ダイオード*によるイルミネーション“ ゆめホタル ”を披露しました。

“ ゆめホタル ”のやさしい光に包まれたエコ・トークセッション会場

経営トップによる環境教育

web

循環型社会の形成には、より多くの人々が知識を共有し、連携を深めていくことが重要です。その一助となるよう、ブラザー工業では経営トップ自らが学生や社会人を対象に環境教育を実施し、ブラザーグループがモノ創り活動の中で実践している環境保全の取り組みについて紹介しています。2005年度は、会長の安井が中京大学大学院で学ぶ社会人を対象に、「共生き」の精神から「5R活動」まで環境経営について講演したのをはじめ、市民講座や大学などさまざまな機会で環境教育を実施しました。

経営トップ自らが、さまざまな環境教育を展開

海外グループ会社での関わり

アメリカ地域での活動

ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）では、地域社会で親しまれる企業市民として、幅広い分野で社会貢献活動を行っています。

教育分野での支援

- アメリカに移住した外国人に英語教育とアメリカ文化を紹介する「インターナショナルセンター」への経済支援。
- 「日米学生連盟」が行う、両国の学生がお互いの考えや経験の交流を通じて理解を深めるためのプログラムの支援。
- 教育・芸術・ビジネス・公共活動を通じて日米の理解を促進するための団体「ジャパンソサエティ」への人的・経済的支援。

スポーツ分野での支援

- ラトガース州立大学の各種スポーツ競技大会の支援や優秀な選手への奨学金の提供、また学生アスリートによる病院訪問プロジェクト、チャリティの支援。
- メジャーリーグチーム「ニューヨークヤンキース」が行っている若い世代へのスポーツ普及活動、読書推進プロジェクトなどの教育支援活動に関する助成。

芸術分野での支援

- 毎年400回以上の文化・芸術イベントを開催する「リンカーンセンター」の活動支援。
- クラシック音楽分野でアジアの若いアーティスト育成を目的に、さまざまな活動やプログラムを提供する団体「アジア・アーティスト&コンサート」の財政支援。

慈善活動としての支援

- ボランティア団体「米国ガン協会」の研究・教育・各種サービス活動の支援。
- 「アメリカ赤十字社」が行っている貧困対策・災害救助・医療・教育活動などへの支援。

財政的支援や製品の寄付などを通じて
110を超える組織への支援を行い、
“ At your side ”を
実践しました。

ジョアン・ミランダ・ウォレス
ブラザーインターナショナルコーポレーション
（U.S.A.）

ブラザーインターナショナルコーポレーション（U.S.A.）

2005年度の代表的な活動

2005年4月に非営利団体「ユナイテッドウェイ※」への募金キャンペーンをスタート。4月をキャンペーン月間として、さまざまな社内プログラムを企画した結果、従業員から4万7,710ドルが寄せられ、これに会社としての寄付金を加え、総額9万5,420ドルを寄贈しました。これは過去10年間で最高額の寄付金となりました。
また2005年6月10日、米国ガン協会主催のチャリティウォークイベント「Relay for Life 2005（命のためのリレー）」がマンビル高校で開催され、約1,100人の人々が参加する中、社長の石黒裕司をはじめ60名の従業員とその家族、友人が“ チーム・ブラザー ”として参加、交代で18時間グラウンドを歩きつづけました。このキャンペーンで“ チーム・ブラザー ”のメンバーから7,700ドルの募金が寄せられ、ガン治療の研究費にあてられました。

※「ユナイテッドウェイ」とは地域社会のために食料・衣服・住居などの支援活動を行う非営利福祉団体に対して、そのサポートとなるよう活動資金を集め、提供することを目的とした非営利の資金調達機関。

“ チーム・ブラザー ”のメンバー

ヨーロッパ地域での活動 web

若者の職業訓練を支援［フランス］

ブラザーフランスでは、社会貢献の一環として毎年数名の学生を受け入れ、学校に通いながら職業訓練の機会を提供する「サンドイッチコース」という職業訓練制度を導入しています。2005年度は技術部門中心に8名の学生がブラザーフランスでトレーニングを受けました。また、職業訓練制度の財源となる「実習税」という税金を国に納めています。

病気の子どもたちを支援［ドイツ］

ブラザーインターナショナル（ドイツ）では、毎年、ハノーバーで開催される情報通信技術の展示会「CeBIT」で、オリジナルグッズを配布して寄付金を募り、子どものためのチャリティ団体に寄付しています。

2006年の「CeBIT」では、サッカーW杯開催にちなみ応援用メガホンハットや、ブラザーの刺しゅう機を使ってその場で来場者の名前を帽子に刺しゅうして配付するなど、8,100ユーロの寄付金を集めることができました。会社としての寄付金を合わせ、計1万5,000ユーロを寄贈、小児がん患者用のモニター装置購入にあてられました。

エコセンターに苗木購入費用を寄付［イギリス］

ブラザーインダストリーズ（U.K.）は、「ミレニアム・エコセンター」の再森林化プロジェクト（樹木の生えていない土地への植樹活動）に参加し、苗木の購入費用として1,600ポンドを寄贈しました。これは、ブラザーインダストリーズ（U.K.）の工場から排出するCO_2による社会への影響を軽減することを目的とした活動です。苗木購入費用は、工場から1年間に排出されるCO_2量を測定し、それを吸収できうる樹木の量を想定して算出しました。購入した苗木は、地域の学校の生徒により植樹されました。

ブラザーインダストリーズ（U.K.）社長の山田文洋が生徒たちと植樹に参加しました

アジア地域での活動

上海市の学生に学費を支援［中国］

兄弟（中国）商業有限公司では、経済的に就学・進学が難しい上海市長寧区の学生を対象に、2003年度から学費を支援しています（毎年10名程度）。

2005年1月、これまでに支援を受けた学生のうち、13名がショールーム「ブラザー コミュニケーション スペース上海」を訪れました。董事長の成田正人は「ブラザーのことは忘れていただいて結構です。それより一所懸命に勉強して皆さんが社会で成功したとき、困っている人に援助の手を差し伸べてください」と激励しました。

公園植樹と樹木保養費の寄贈［中国］

兄弟（中国）商業有限公司は、2006年2月、オフィスビルの向かいにある「虹橋公園」に、樹木とその保養費5年分を寄贈しました。これはかつて交通教育を行う施設として利用されていた児童公園を、一般市民向けの公園としてリニューアルするのを機に、兄弟（中国）商業有限公司が環境保全活動の一環として上海市長寧区に申し入れて実現したものです。この寄贈を記念する石碑が建立され、3月11日にその除幕式が行われました。

長寧区への樹木保養費贈呈式

ブラザーグループらしい、事業を通じた継続的な社会貢献の推進が次の課題です。

ブラザーグループでは、各地域の自主的な判断に基づいて社会貢献活動に取り組んでいます。2006年度、ブラザーグループはCSR経営の課題として事業を通じた継続的な社会貢献活動の方針を策定します。この方針に沿って、グループ全体で統一感のある活動を推進していきたいと思います。

出原 遠宏
ブラザー工業株式会社 CSR推進部

● 環境とともに

持続的な発展に向けて
地球環境の保全につとめています。

ブラザーグループは「グローバル憲章」の中で「環境への配慮は、すべての活動の基本となる」と定め、持続的な発展が可能な社会づくりに向けて環境経営を進化させています。地球環境の保全に対しても、私たちば“ At your side ”の基本姿勢で取り組みをつづけています。

Highlights

P.51 「RoHS指令」への対応完了に向け、製品開発・製造面で対策を実施しました

P.51 配送時の積載効率の向上や輸送ルートの最適化などにより、CO_2排出量を削減しました

P.51 グループ全体の生産系廃棄物排出量を2004年度比3%削減しました

一人ひとりの意識が、
地球環境保護につながっていると思います。

製品の製造過程で出るプリンタのテスト印字用紙を再利用したり、従業員寮に太陽熱を利用した蓄熱温水施設を設置したりと、さまざまな面から環境活動に取り組んでいます。また従業員からも新たな環境活動へのアイデアが寄せられるなど、一人ひとりの環境意識の高まりを日々感じています。このようにすべての従業員が一体となって地球環境を守るための取り組みを行っています。

陸　麗君
兄弟高科技（深圳）有限公司

ウェブサイト（http://www.brother.co.jp/jp/eco/）にて各種環境活動への取り組みやデータなどの詳細情報、環境活動の概要をまとめた冊子「エコレポート2006」を掲載しています。

環境についての考え方

ブラザーグループ環境方針

ブラザーグループは2001年に現在の「環境方針」を制定し、あらゆる活動の基本に環境への配慮を据えて取り組みをつづけています。

そして、製品の性能・品質だけでなく、環境への配慮においても新しい価値をお届けできる企業グループをめざしています。

■基本理念

ブラザーグループは、持続的発展が可能な社会の構築に向け、企業活動のあらゆる面で環境負荷低減に前向きで継続的な取り組みをしてゆきます。

■環境基本方針

環境への配慮は、すべての活動の基本となる。製品が開発・設計され、製造され、お客様によって使用され、やがて廃棄され再利用されるまで、すべての段階で安全かつ環境に対する影響を十二分に配慮する。

■行動指針

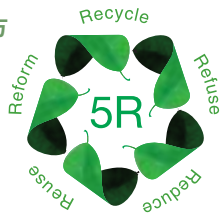
1.製造・製品・サービスのすべての事業活動領域において環境目標を定め、環境側面を継続的に改善する。
2.事業を展開するすべての国で法規制を順守することはもちろん、汚染の予防、環境負荷の低減に高度な倫理観を持って行動する。
3.技術・製品の開発設計に当たっては、資源の節減（効率化）・循環、有害物質による汚染の回避を常に考え行う。
4.ブラザーグループ各社の個々の自主的取り組みを尊重しつつ、「一体のグループ」として環境上の使命を達成する。
5.環境教育、社内広報活動等により、全社員の環境意識の向上、啓発につとめる。
6.お客様、地域社会、その他関係者に対して、当社の環境に関する取り組みを積極的に開示し、理解を得る。

ブラザーグループ独自の「5R」という考え方

ブラザーグループでは、循環型社会を構築するための「3R」に、「リフューズ」と「リフォーム」を加えた『5R』を環境活動の合言葉に取り組んでいます。

特に「リフォーム」は、新しい意識と発想で、現在あるものの形を変えて新しい価値を生み出すという独自の考え方です。

■「5R」という考え方



Refuse （リフューズ）	環境負荷となるものをなるべく購入しない
Reduce （リデュース）	排出量を減らす
Reuse （リユース）	排出物をそのまま再利用する
Reform （リフォーム）	形を変えて別の用途に使用する
Recycle （リサイクル）	資源として再利用する

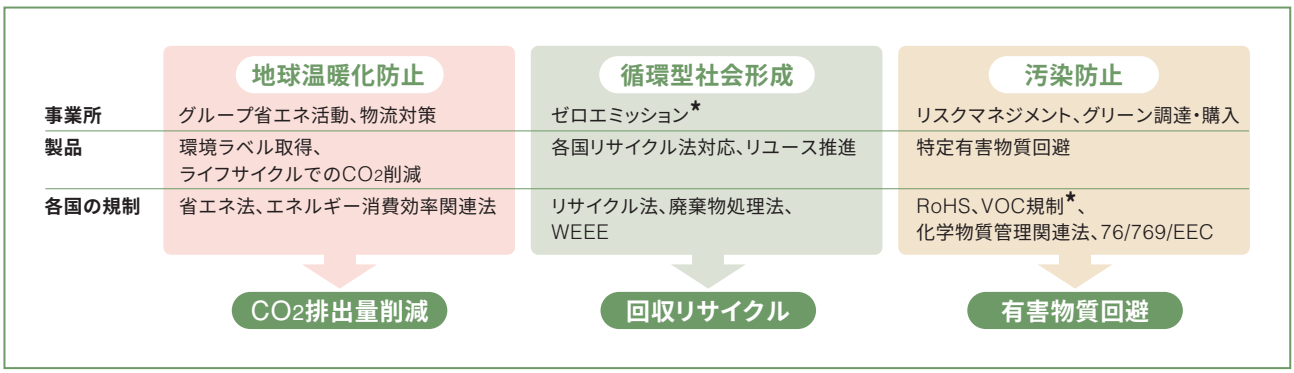
環境への認識と環境行動計画

ブラザーグループの環境認識

温暖化をはじめとする地球規模の環境問題が将来に及ぼす悪影響、および解決の困難さが鮮明になるにつれて、各国・地域の環境規制はいっそう厳しくなり、企業に対してより厳格な管理・責任が求められています。
こうした状況への的確な対応なくしては、社会的責任を果たすこと、また企業自体の成長もあり得ません。

逆に言えば、環境における新たな価値を創出することで、存在価値を高め、社会から大きな信頼を得ることができます。ブラザーグループはこうした認識のもと「1.地球温暖化防止 2.循環型社会の形成　3.環境汚染の予防」を最重要課題と位置付け、積極的に取り組んでいます。

■ブラザーグループの環境上の課題と対応



第4期環境行動計画（2003〜2005年度）の総括 web

重点施策	取り組みの結果	評価
1. グループ環境負荷低減	●グループ統一指標を策定し、環境効率15%向上、汚染物質10%削減（2003年度比）達成	○
2. 環境調和型製品*開発の推進	●ブラザー工業の社内カンパニーごとに目標を設定して開発を推進 （マテリアルリサイクル率向上／特定化学物質の回避／環境ラベル取得／省エネルギー性能／部品リユース／梱包改善／材料リサイクル）	○
3. 使用済み製品・サプライ品*の回収リサイクルの実施	●製品:欧州WEEE指令を順守、日本・米国は未実施 ●サプライ:日本・米国・欧州・豪州にて回収リサイクルを実施	△ ○
4. 環境EU指令（WEEE指令・RoHS指令）への対応	●RoHS指令の使用禁止対象6物質のグローバル対応実施中 ●回収リサイクルに関わるWEEE指令は各国に生産者登録	○ ○
5. 環境管理システムの構築と運用	●生産拠点は兄弟ミシン設備（上海）有限公司でISO14001認証取得 ●ブラザーU.K.についてはISO14001認証取得、ほかの主要販売拠点については、第5期にて取得予定	○ ×
6. グループ環境情報システムの構築と運用	●RoHS指令達成に向けたグリーン調達システム・仕入先支援システムを構築運用 ●LCA支援システムを構築	○ △
7. 環境コミュニケーションの充実	●社会・環境報告書（日本語・英語・中国語版）の発行、グループ環境会議の開催、NPOとの連携、「愛・地球博」への参加	○

第5期環境行動計画（2006〜2008年度）の重点目標 web

ブラザーグループは、「環境方針」を具体的な事業活動に反映するため、3年ごとに「環境行動計画」を策定し、重点課題を設定して継続的な改善を図っています。第4期環境行動計画（2003〜2005年度）では、グループ全体での統一した取り組みを強化し、環境活動をBVCMのチェーンマネジメントで機能させることを主眼に活動を展開しました。第4期で未達成の項目については要因を分析し、第5期環境行動計画（2006〜2008年度）に引き継ぎ、達成をめざします。

第5期環境行動計画では、環境認識に基づく5テーマを基本方針に、10分野で具体的な目標を設定して取り組みを推進します。

■目標設定の方針

1.地球温暖化防止に向けたCO_2排出削減の推進
（電気電子業界の削減目標の順守、グループ全体の削減推進）
2.地球温暖化・資源枯渇防止に対応する生産性（環境効率）向上
3.世界の環境規制を順守するための体制強化
4.省エネルギーを中心とする環境配慮製品の開発強化
5.環境に関わるあらゆる事業リスクの回避

01 CO_2排出量（エネルギー起源）の削減

京都議定書達成計画に向けた業界自主行動計画※の順守、グループ全体のCO_2排出量の削減推進

※電気電子4団体の2010年度目標：実質生産高原単位25%減（1990年度比）。

02 環境効率※の向上

地球温暖化・資源枯渇防止に向けた生産性向上

※効率性を定量的に評価するため、売上高等に対して、どれだけの資源やエネルギーが投入されたかを換算して算出した指数。

03 環境調和型製品の開発

政府・民間のグリーン調達・購入の期待に応える製品開発

04 廃棄物削減

循環型社会の形成に向けたグループ工場の埋め立てゴミゼロ推進

05 化学物質管理

REACH指令※など多様な新規制に対し、新グループグリーン調達基準の運用、総合的な化学物質管理システムの構築によりリスクを回避

※Registration, Evaluation, Authorization of Chemicals EU域内で化学物質を登録・評価・認可するための統合的な制度。2007年度施行予定。

06 環境対応プロセス情報システムの構築・運用

環境パフォーマンス、化学物質管理に関わる情報システムを構築し、環境活動の効率化とレベル向上を図る

07 グリーン調達・グリーン購入の拡大

基準適合品の優先購入により、製品のグリーン化を推進

08 環境コミュニケーション

CSR活動を環境面から展開し、ステークホルダーとの相互理解を図る

09 販売会社の環境マネジメントシステム*運用

システムの構築運用により、グループ全体のリスク管理を向上

10 PCB（国内保管）の破壊処理

保管中のPCB※含有機器を適正処理

※ポリ塩化ビフェニル。絶縁油や熱媒体として使われたが、毒性があるため製造・使用禁止。

製品・製造分野の技術革新と同時に、パートナーとの連携を深めながら環境配慮のトップランナーをめざします。

小林 哲夫
ブラザー工業株式会社 環境推進部

事業活動の全段階における環境配慮

ブラザーグループでは、製品の開発・設計から回収リサイクルに至る事業活動のすべての段階において、さまざまな環境配慮・環境活動を行っています。その具体例として、薄型デジタル複合機マイミーオのMFC-425CNでの取り組みをご紹介します。

1 開発・設計

リフューズ・リデュース・リユース・リフォーム・リサイクル

ブラザー製品が、
●各国・地域の法律や規制に則っているか
●省資源のために小型軽量化されているか
●使用時の省エネルギー性が改善されているか
●有害な化学物質が使われていないか
●使い終わったときにリサイクルしやすい設計か
などを全般にわたって確認した上で、製品の開発・設計を行います。製品の生涯を通じた環境配慮を考える場合、この段階でしっかりとした設計を行っておくことが極めて重要です。

MFC-425CN

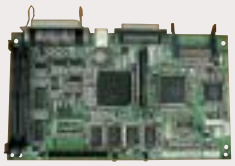
MFC-425CNにおける環境配慮

鉛や六価クロムなどの有害物質を使用していないほか、77.1%（重量比）の部品がリサイクルできるよう設計されています（当社算定基準にて）。

2 調達

リフューズ・リデュース

製品を形作る部品や材料が、
●有害な化学物質を含んでいないか
●環境に配慮した製造工程でつくられているか
などの観点から確認し、環境に配慮された部材を優先的に購入しています。RoHS指令への対応で、最も重要なのがこの段階での徹底した調査と情報の集積です。



MFC-425CNにおける環境配慮

すべての電子基板において鉛を使わないなど、RoHS指令に対応するため、グループ全体で調査を実施。その結果に基づき、使用が禁止されている物質を含む部品はすべて、非含有部品に切り替えました。

6 回収リサイクル

リユース・リサイクル

国や製品によって対応は異なりますが、ヨーロッパにおける通信・プリンティング機器を中心に、使い終わった後の製品やサプライを回収リサイクルするための取り組みを始めています。また製品そのものも、リサイクルのしやすさを考慮した設計を進めています。

トナーカートリッジ

オフィスに置かれた回収ボックス

MFC-425CNにおける環境配慮

リサイクルしやすい設計に変更し、2003年度に発売したフルモデルチェンジ前のMFC-150CLで平均約40分かかっていた分解時間を約15分に短縮しました（当製品に使用しているインクカートリッジの回収リサイクルは行っていません）。

3 生産

リデュース・リユース・リフォーム・リサイクル

ブラザーグループの主要工場では、ISO14001の認証を取得し、環境マネジメントシステムの中で
●材料やエネルギーの無駄のない利用
●排気や排水の中の汚染物質の低減
●廃棄物が発生しない工夫
●発生した廃棄物の再利用
などに配慮して製品を生産しています。

MFC-425CNにおける環境配慮

MFC-425CNは、工場設立後間もない2004年6月にISO14001の認証を取得した兄弟工業（深圳）有限公司（中国）で組み立て生産しています。

4 包装・物流

リフューズ・リデュース・リサイクル

製品の包装では、簡易・小型化を進めるなど、廃棄物を可能な限り減らす配慮を進めています。また、ブラザーグループでは配送のほとんどを外部の運送事業者に委託していますが、運送時のCO_2排出量削減を図るため、プリンタやファクス、家庭用ミシンなど異なる社内カンパニーの製品を混載して同時に輸送するなどの工夫をしています。

MFC-425CNにおける環境配慮

梱包材に発泡スチロールを使わず、紙製の緩衝材を使用しています。また製品の小型化を進めることで、梱包材の使用量削減も進めています。

5 使用

リデュース

お客様が製品を使うときに、いかに余分なエネルギーを使わずに済むかに配慮しています。また、お客様の立場から使いやすさを追求するとともに、バリアフリーにも配慮したユニバーサルデザインの考え方を取り入れています。

光る操作ボタン

MFC-8860DN

MFC-425CNにおける環境配慮

MFC-425CNで見ると、特に環境への負荷が大きいのがこの使用段階です。そのため、待機時に約9.5W以下、動作時に23W以下と使用時の省エネに配慮。国際的に利用されている省エネラベルの一つである国際エネルギースタープログラム*に登録しています。

資源投入／物質の生産・排出と主な取り組み web

資源・エネルギーの投入

ブラザーグループ

物質の生産・排出

資源消費量

製品原材料
- 金属 …… 38,900t
- プラスチック 35,200t
- その他 …… 26,400t

その他材料
- 梱包用発泡スチロール 1,870t
- 段ボール …… 16,400t
- 紙類 …… 3,000t

総エネルギー消費量

原油換算 …… 22,600kℓ

原油換算値:資源エネルギー庁「エネルギー源別標準発熱量表」(平成14年2月)を使用

〈内訳〉

- 電気 …… 79,000MWh
- 石油等 …… 3,000kℓ
- 都市ガス等 …… 461,000m^3
- LPG(液化石油ガス)／LNG(液化天然ガス) …… 180t
- スチーム …… 2,760t

水利用量

…… 778,000m^3

ブラザー製品

…… 116,000t

CO_2

…… 40,200t-CO_2

CO_2換算値:環境省「温室効果ガス排出量算定に関する検討結果」
平成12年9月施行令排出係数一覧を使用

廃棄物量

- 生産系廃棄物 …… 6,325t
- 内リサイクルされた量 …… 6,217t

上記数値の対象範囲:
ブラザー工業国内事業所(本社・技術開発センター、瑞穂、刈谷、桃園、港、星崎)、兄弟高科技(深圳)有限公司、ブラザーインダストリーズテクノロジー(マレーシア)、珠海兄弟工業有限公司、台弟工業股份有限公司、西安兄弟標準工業有限公司、ブラザーインダストリーズ(U.K.)、兄弟工業(深圳)有限公司

化学物質管理の推進

製品には性能向上や品質確保のため化学物質が使われています。しかし、一部の物質は製品の廃棄段階で環境に悪影響を及ぼす恐れがあることから各国・地域で規制が行われています。ブラザーグループでは、これらの化学物質の厳格な管理と継続的な削減を図るため、「環境対応プロセス委員会」に特定化学物質対応プロジェクトを設置し、取引先各社と連携しながらITを活用した「ブラザーグリーン調達システム」による化学物質のデータ管理、代替物質への切替促進に取り組んでいます。

2005年度は2006年7月からヨーロッパで実施される「RoHS指令」（特定6物質※の原則使用禁止）への対応完了に向け、製品開発・製造の両面で徹底した対策を実施しました。まず、全調達先に部品を構成する材料・副資材に含まれる特定化学物質の調査を要請するとともに監査を行い、サプライチェーンでの混入防止システムを構築。同時に、国内外の9工場に蛍光X線分析器を導入し、新規採用部品・材料の検査体制の強化を図り、特定化学物質非含有の保証体制を確立しました。なお2006年6月にはさらに海外2工場に導入し、すべての生産拠点で保証体制を確立しました。

※鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、ポリ臭化ビフェニル、ポリ臭化ジフェニルエーテル

地球温暖化防止への取り組み

ブラザーグループの主なCO_2排出量は、国内ではオフィス環境での電力消費量、海外工場では製造工程における電力・燃料消費量に起因します。組立工程を主とする各工場では、設備の効率的な稼動による電力消費量の削減がCO_2排出量低減の主要な取り組み項目です。

2005年度は、継続的な省エネルギー対策を講じる一方で、生産量の急増に対応するための精密部品製造用クリーンルームの増設・新設、製品の試験用恒温槽の増設を行いました。総排出量は、対象海外生産工場に兄弟工業（深圳）有限公司を追加した結果、2004年度比1.5%（600t-CO_2）増の4万200t-CO_2となりました。

地球温暖化防止への取り組みとしては、ブラザー工業瑞穂工場（第2工場）で、太陽光発電システムによる電力を工場内の動力用に利用したり、瑞穂工場につづいて、本社ビルにも屋上緑化を導入するなどし、夏場のビル内温度上昇やヒートアイランド現象の軽減に取り組んでいます。

物流改善によりCO_2排出量を大幅削減

ブラザーグループでは、2005年度に配送拠点を中部地域に加えて関東地域に新設し、積載効率の向上や輸送ルートの最適化などを強化しました。この結果、これまでの名古屋→東京間のトラック輸送が不要となり、日本国内の物流段階でのCO_2の排出量を出荷重量トンあたり0.028t-CO_2（約37%）削減することができました。

廃棄物の削減

ブラザーグループでは、廃棄物削減に取り組んでいます。国内拠点では、埋め立て廃棄物ゼロ（ゼロエミッション）を2001年度に達成し、現在も埋め立て廃棄物を工場から発生させない活動に取り組んでいます。また海外拠点でも、ゼロエミッション達成に向けた取り組みをつづけています。2005年度は生産量の増加にも関わらず、5R活動の推進強化などにより、グループ全体の生産系廃棄物排出量は、2004年度比3%（195t）少ない6,325tとなり、再資源化率は98%に達しました。

海外生産拠点の進捗

ヨーロッパにおけるトナーカートリッジなどのリサイクル拠点ブラザーインダストリーズ（U.K.）では、分別ボックスを透明にして視覚に訴える啓発で廃棄物削減を推進しています。さらに2005年度は食堂から出る生ゴミをコンポストで堆肥化して構内緑化に活用する取り組みを始めています。

資源・エネルギー生産性の高い製造体質づくりに取り組みます。

CO_2排出量削減、資源枯渇に対応した製造体質の強化、世界の環境法規制順守、環境配慮製品の推進など、事業のライフサイクル全体で環境活動を推進し、環境保全と事業活動の両立をめざして環境・CSR経営を実現していきます。

鳥居 博
ブラザー工業株式会社
環境推進部/CSR推進部

読者とのコミュニケーション／編集方針

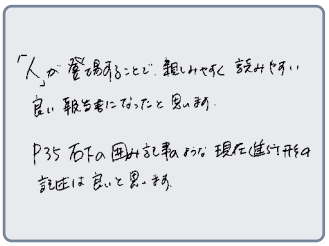
読者の皆様との対話を継続的に進めています

ブラザーグループでは、“ At your side ”の考え方を基軸に、読者の皆様のご意見を可能な限り取り入れ、できる限りわかりやすく読んでいただけることをめざして本報告書の企画・編集・原稿作成・デザインを行っています。
2005年度も、(社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 (NACS) 中部支部の皆様にご参加いただき「報告書を読む会」(2005年9月26日) を開催し、ご意見を伺いました。

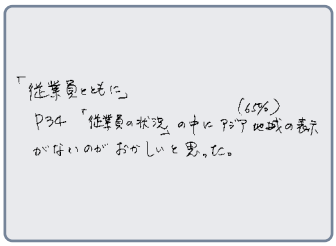
また「2005年版 社会・環境報告書」のアンケートへのご回答や制作担当者がさまざまな機会を通じて得た社内外のご意見も可能な限り本報告書に反映しました。

いただいた主なご意見と、本報告書での対応

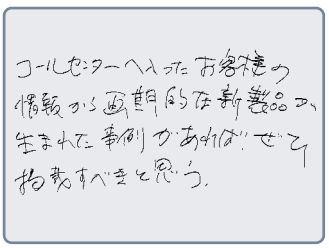
対応として「ウェブサイトに掲載」と記載しているものについては、http://www.brother.co.jp/jp/csr/ をからご覧いただけます。



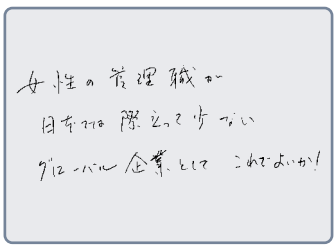
昨年は、各章の扉ページで役員の声を掲載しましたが、今年はより現場に近い従業員の生の声や意識を皆様に知っていただくために、可能な限り、世界のグループ会社の従業員を登場させました。



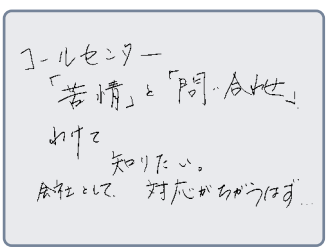
31ページの「従業員の状況」に、アジアの主要拠点についても記載しました。またウェブサイトにも、詳しいデータを掲載しています。



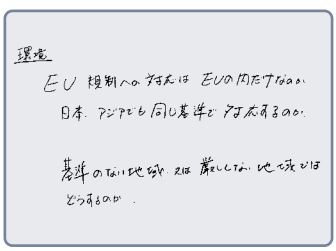
新製品ではありませんが、お客様の声に基づいて製品改良を行った事例の一例を、25ページに掲載しました。



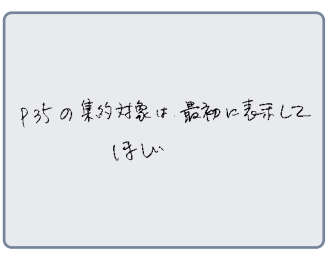
32ページに、ブラザー工業の女性管理職の比率を掲載しました。各国のグループ会社については、ウェブサイトに掲載しています。



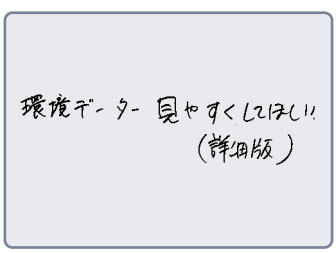
すべてのお電話についてご指摘のように分類しているわけではないため、特定の製品に関するデータとなりますが、ウェブサイトに掲載しています。



51ページに記載しました。またウェブサイトに、詳しい情報を掲載しています。



「従業員とともに」の冒頭部分 (31ページ) に掲載しました。



詳細なデータはウェブサイトに掲載しています。また、ブラザーグループの環境への取り組みをよりわかりやすく知っていただけるよう、環境活動をまとめた冊子を作成しました。

皆様からの声を制作方針に反映しました

ブラザーグループでは、読者の皆様と相互のコミュニケーションを図り、ご意見を可能な限り取り入れ、ブラザーグループの社会的責任についての考え方や活動をわかりやすくお伝えすることを目的に本報告書を発行しています。
2006年版では名称を「CSR報告書」に変更し、ブラザーグループのCSR（企業の社会的責任）の考え方を記載しています。
また、2005年版で掲載した「お客様」「従業員」「社会」「環境」の4つの章立てに、「株主」「パートナー」を加え、それぞれに対するブラザーグループの課題をできる限り掲載しました。
より詳しい情報はウェブサイトで紹介しています。また「環境」に関する取り組みをよりわかりやすくご理解いただけるよう、別冊「エコレポート」を発行しました。

“ At your side ”と「自律型人間」の内容がわかりにくい。	3ページで“ At your side ”の考え方についてご紹介し、22～23ページで、さまざまな事例を踏まえ、自律型社員について紹介しています。
グローバル憲章がどこに書いてあるのかわからない。少なくとも、憲章内の基本方針や行動規範については具体的に明記すべき。	グローバル憲章については3ページで触れていますが、誌面の関係でその詳細な内容については掲載できませんでした。詳しくお知りになりたい方は、ウェブサイトをご覧ください。
コールセンターについて、日本での取り組みについてももっと知りたい。	取り組みのごく一部ですが、27ページに記載しました。またウェブサイトに、詳しい情報を掲載しています。
顧客対応をはじめとした、顧客とのコミュニケーションについてもっと知りたい。	取り組みのごく一部ですが、29ページに記載しました。
人材の多様性に関する記述を、数値も入れて具体化してほしい。	31～32ページに、ブラザー工業における状況について記載しました。またウェブサイトにも、詳しいデータを掲載しています。
従業員の中には派遣社員も含まれていると思いますが、処遇などの考え方についても言及してほしかった。	ブラザーグループには派遣社員が多数従事しているため、ご指摘のような記述は不可欠と考えています。意見の収集や管理体制への反映など、今後の課題と認識しています。
エコトークでの小学生とのコミュニケーション以外に、若い世代に対してどんな取り組みを行っているかを知りたい。	41～43ページに記載しました。
環境については、その年度の目標や達成度を図表でまとめて掲載してほしい。	第4期環境行動計画（2003～2005年度）の結果と達成度について、46ページに概略を掲載しました。またウェブサイトに、詳しい情報を掲載しています。
文章やグラフなどで、正確に説明がされているが、言葉が多すぎることと、表現が抽象的なため、内容を記憶し難くなっていると思う。図や絵なども用いて、概念をわかりやすくするような工夫もしてほしい。	より読みやすくなるよう、文章量を極力おさえ、図表にまとめられるものは図表化しました。
用語説明（2004年版にはあった）はやはり必要。専門家のためだけの報告書であってはならないと思う。	必要と思われる用語については、可能な限りその解説を掲載しました。 また初出時に★印の付いた用語については、別添用語説明に掲載しています。

ブラザーグループ CSR報告書 2006について（第三者のご意見）

第三者からのご意見について

ブラザーグループでは、本報告書「ブラザーグループ CSR報告書 2006」を発行するにあたって、客観性を重視するために、第三者のご意見をいただいています。下記にありますように、ジャパン・フォー・サステナビリティの小田理一郎さんからは、CSR全般に関するご意見をいただき、本報告書の制作およびブラザーグループのCSRに関する取り組みに反映させています。また、トーマツ環境品質研究所の間瀬美鶴子さん、消費生活アドバイザーの熊谷智恵子さんからも同様のご意見をいただき、本報告書の制作およびブラザーグループのCSRに関する取り組みに反映させています。

具体的な行動指針・目標の打ち出しと、進捗・事例報告の充実を期待します

“ At your side ”の理念、BVCMの手法を軸としたお客様重視の経営を進化させ、CSR経営の充実に向けて2008年までに到達した姿と重点課題（方針）を明示していることを評価します。お客様、従業員、株主、パートナー、地域社会といったステークホルダーとの対話を強化する方針、および顧客満足および従業員満足に重点を置き、ネガティブ情報も随所に見られる誠実な報告を評価します。

今後は、CSR経営の充実に向けてのより具体的な行動指針、目標を打ち出し、進捗や事例報告の充実を期待します。また、CSRを推進するマネジメント・システムや、経営に対するCSRの観点からの監視機能の確立も重要です。

ステークホルダーとの対話については、コールセンターやアンケートなど同社に寄せられる意見の分析はありますが、CSRに関して双方向で対話するフォーマルなプロセスはないようです。このレポートを活用し、対話が強まることを期待します。

特に顧客については、その要望を一方的に聞き入れるのではなく、環境・経済・社会でのさまざまな課題に顧客と一緒に取り組む提案が入ると、CSRへの進化が進むでしょう。また、働き方が多様化し「SOHO」型オフィスが増えることの社会・環境的な意味合いや、電子機器廃棄物処理問題やテイクバックの現状など、顧客への社会的影響についても掘り下げることを期待します。

従業員に関しては、報告地域が内容によって違うようです。各地域での視点やグローバル企業としての視点がより充実すると良いでしょう。性別に限らずさまざまな多様性を高め、人的資本の充実を図ることが競争力の強化にもつながります。

CSR経営における環境の位置づけをより明確にし、5R、エコデザイン、積極的な環境コミュニケーションなどのすばらしい活動を前面に出すと良いでしょう。地球温暖化やエネルギー問題への対応をさらにレベルアップしてください。

従業員の品質や環境意識、ステークホルダーとの関係など、財務諸表には現れないさまざまな「無形資産」を明らかにし、その増減や潜在的なリスクに関する分析・情報開示が強まることを期待しています。

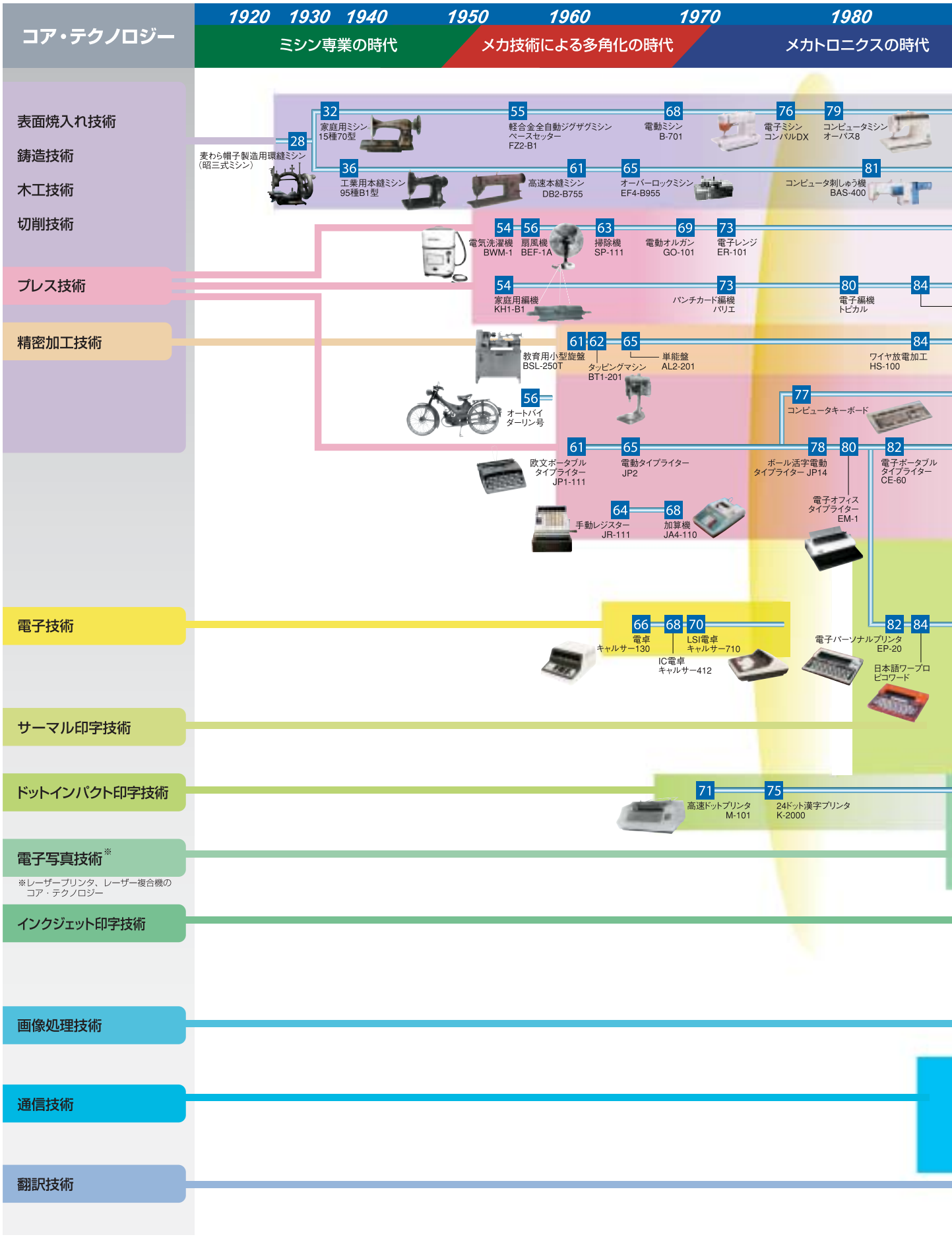
小田 理一郎
ジャパン・フォー・サステナビリティ
ゼネラル・マネジャー

ブラザーグループのあゆみ

1908年（明治41年）	安井兼吉が「安井ミシン商会」を創業
1925年（大正14年）	安井正義が継承。「安井ミシン兄弟商会」に改称
1932年（昭和7年）	家庭用ミシンの量産化に成功
1934年（昭和9年）	「日本ミシン製造（株）」設立。（現ブラザー工業（株））
1941年（昭和16年）	国内販売機関として、「ブラザーミシン販売(株)」設立
1947年（昭和22年）	家庭用ミシン輸出開始
1954年（昭和29年）	輸出機関として「ブラザーインターナショナル（株）」、米州に販売会社を設立
	編機分野、家庭電器分野に進出
1958年（昭和33年）	欧州に販売会社を設立
1961年（昭和36年）	事務機分野、工作機分野に進出
1963年（昭和38年）	東証・大証・名証へ株式上場
1971年（昭和46年）	世界初の高速ドットプリンタを発売
1979年（昭和54年）	「台弟工業股份有限公司」で家庭用ミシンの生産開始
1984年（昭和59年）	ロサンゼルスオリンピックのオフィシャルサプライヤーとしてタイプライターを提供
1985年（昭和60年）	「ブラザーインダストリーズ（U.K.）LTD.」で、電子タイプライター生産開始
1987年（昭和62年）	情報通信機器分野に進出
1988年（昭和63年）	電子文具分野に進出
1989年（平成元年）	「ブラザーインダストリーズテクノロジー（マレーシア）SDN,BHD.」で情報機器の部品の生産を開始
1992年（平成4年）	（株）エクシング設立。通信カラオケサービス開始
1993年（平成5年）	「珠海兄弟工業有限公司」で家庭用ミシン生産開始
1994年（平成6年）	「兄弟亞洲有限公司」の委託工場で情報機器の部品を生産開始
1995年（平成7年）	「西安兄弟標準工業有限公司」で工業用ミシンの生産を開始
1999年（平成11年）	「ブラザー販売（株）」子会社化
	ブラザーグループ「グローバル憲章」制定
2000年（平成12年）	ブラザー工業にて社内カンパニー制、執行役員制、「社外取締役」を導入
2002年（平成14年）	「兄弟ミシン（西安）有限公司」で工業用特殊ミシン生産開始
	「グローバルビジョン21」制定
2003年（平成15年）	「兄弟工業（深圳）有限公司」でデジタル複合機生産開始
2005年（平成17年）	「ブラザー コミュニケーション スペース」開館
	「兄弟（中国）商業有限公司」を設立
	2005年日本国際博覧会（愛・地球博）にパビリオン出展
2006年（平成18年）	「兄弟高科技（深圳）有限公司」を設立

発　　行　ブラザー工業株式会社 広報・総務部
発 行 日　初　版 2006年7月10日
　　第二版 2006年7月31日
編集責任　太田充　出原遠宏
制作担当　ブラザー工業株式会社
　　広報・総務部 環境推進部 CSR推進部 総合デザイン部 人事部

技術と製品の歴史


コア・テクノロジー
1920 1930 1940 1950 1960 1970 1980
ミシン専業の時代
メカ技術による多角化の時代
メカトロニクスの時代
表面焼入れ技術
鋳造技術
木工技術
切削技術
プレス技術
精密加工技術
電子技術
サーマル印字技術
ドットインパクト印字技術
電子写真技術※
※レーザープリンタ、レーザー複合機のコア・テクノロジー
インクジェット印字技術
画像処理技術
通信技術
翻訳技術
28 麦わら帽子製造用環縫ミシン（昭三式ミシン）
32 家庭用ミシン 15種70型
36 工業用本縫ミシン 95種B1型
55 軽合金全自動ジグザグミシン ベースセッター FZ2-B1
61 高速本縫ミシン DB2-B755
68 電動ミシン B-701
65 オーバーロックミシン EF4-B955
76 電子ミシン コンパルDX
79 コンピュータミシン オーバス8
81 コンピュータ刺しゅう機 BAS-400
54 電気洗濯機 BWM-1
56 扇風機 BEF-1A
63 掃除機 SP-111
69 電動オルガン GO-101
73 電子レンジ ER-101
54 家庭用編機 KH1-B1
73 パンチカード編機 パリエ
80 電子編機 トピカル
84
61 教育用小型旋盤 BSL-250T
62 タッピングマシン BT1-201
65 単能盤 AL2-201
84 ワイヤ放電加工 HS-100
56 オートバイ ダーリン号
77 コンピュータキーボード
61 欧文ポータブル タイプライター JP1-111
65 電動タイプライター JP2
78 ボール活字電動 タイプライター JP14
80 電子オフィス タイプライター EM-1
82 電子ポータブル タイプライター CE-60
64 手動レジスター JR-111
68 加算機 JA4-110
66 電卓 キャルサー130
68 IC電卓 キャルサー412
70 LSI電卓 キャルサー710
82 電子パーソナルプリンタ EP-20
84 日本語ワープロ ピコワード
71 高速ドットプリンタ M-101
75 24ドット漢字プリンタ K-2000

1990 2000

ネットワーク・コンテンツの時代

製品カテゴリー

家庭用ミシン

86 小型コンピュータミシン パステリア

91 コンピュータ刺しゅう機付きミシン サマンサ／ミモレ

96 刺しゅう PRO

98 コンピュータ刺しゅう機付ミシン M-7100

03 ソーイングステーション Innovis N80

04 Innovis 4000

工業用ミシン

88 電子ポケットセッター BAS-760

95 電子門止めミシン LK3-B430E

97 98 本縫電子千鳥縫ミシン LZ2-B856E

03 本縫ダイレクトドライブミシン S-7200A

05 プログラム式電子ミシン BAS-311G

86 センサーオーブンレンジ グルメット300

6頭電子エンブロイダリーミシン BES-960BC

95 コンピュータ編機 トピカル7

太糸用パンチカード編機 パンチナイン KH-260

工作機械

85 CNCタッピングセンター TC-211

95 TC-203

98 TC-22A

03 TC-32B

05 TC-S2C

91 コンピュータキーボード コアラ

タイプライター

87 欧文ワープロ WP-1

97 カラーインクジェットワープロ DP-525CJ

モバイルプリンタ

02 モバイルプリンタ MW-100e

04 MW-140BT

ラベリングシステム

88 ラベルライター PT-6

90 PT-10

92 PT-8000

94 ラベルプリンタ P-touch PC

02 ピータッチ170

04 ピータッチ18R

スタンプクリエーター

95 スタンプクリエーター SC-200PCE

99 スタンプクリエータープロ SC-2000

02 SC-370pc

ファクス

87 FAX-100

92 FAX-600

96 FAX-170CL

00 FAX-800CL

02 FAX-1100CL

05 FAX-350CL

レーザープリンタ

87 レーザープリンタ HL-8

94 HL-630

99 HL-1240

03 HL-5040

05 HL-2040

レーザー複合機

95 レーザー複合機 MFC-4500ML

01 MFC-9800J

03 MFC-8820J

05 MFC-7820N MFC-9420CN

インクジェット複合機

97 インクジェット複合機 MFC-7000FC

04 MFC-5840CN

薄型複合機

89 フルカラー複写機 ルネッサ

99 モバイルプリンタ MP21C

03 薄型複合機 MyMio MFC-150CL

04 MFC-610CLN

ソフトウエアRIP

92 ラスターイメージプロセッサ Design Script-5000

98 DS magic Pro2

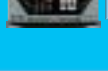
03 DS Magic 4

通信カラオケ装置

86 ソフト自販機 TAKERU

92 通信カラオケ JOYSOUND

97 HyperJoy



03 HyperJoy V2

着信メロディサービス

99 着信メロディサービス ポケメロJOYSOUND

翻訳ソフト

93 日英翻訳ソフト TransLand DOS版

01 TransLand Ver.4.0 Windows版

ブラザー工業株式会社

〒467-8561 名古屋市瑞穂区苗代町15番1号

お問い合わせ先／広報・総務部 コーポレート・コミュニケーション グループ

TEL：052-824-2700

FAX：052-811-6826

この報告書の内容は、インターネットでもご覧いただけます。

http://www.brother.co.jp/jp/aboutbrother/（企業情報）

http://www/brother.co.jp/jp/csr/（ブラザーの社会的責任）

http://www.brother.co.jp/jp/report/download.html（PDFダウンロード）

VOC成分ゼロ

VOCとは揮発性有機化合物であり、石油系溶剤に替わり大豆油やアマニ油等の植物油のみで製造されたインキはVOCを含有しません。また、従来の石油系溶剤から製造されたインキよりも生分解性に優れます。

ミックス品
FSC認証林及び管理された森林からの製品グループです
www.fsc.org Cert no. SA-COC-1544
© 1996 Forest Stewardship Council

この印刷物には、FSC認証用紙が使用されています。

Waterless Printing, Naturally.

©2006 Brother Industries, Ltd. All Rights Reserved.